

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE JOURNALISTE CONTEMPORAIN : AGENT DÉMOCRATIQUE OU TECHNICIEN
DE L'INFORMATION?

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
LUC-ETIENNE ROUILLARD LAFOND

NOVEMBRE 2009

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement n°8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

TABLES DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	v
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
COMMUNICATION ET DÉMOCRATIE	5
1.1 La communication de masse	5
1.1.1 La communication de masse : un processus historique	6
1.1.2 La masse	8
1.1.3 Définition de la communication de masse	10
1.1.4 Les critiques de la communication de masse	12
1.2 L'espace public	13
1.2.1 Définition de l'espace public	13
1.2.2 Espace public et journalisme	16
1.2.3 La dégradation de l'espace public	18
1.3 La représentation	20
1.3.1 L'image	21
1.3.2 Le « voir ensemble »	23
1.3.3 L'immédiateté	25
1.3.4 Le témoignage	27
CHAPITRE II	
L'INDUSTRIE MÉDIATIQUE QUÉBÉCOISE : CONCENTRATION ET	
INDUSTRIALISATION	30
2.1 La concentration de la presse : définition	31
2.2 La progression de la concentration de la presse	33
2.2.1 Les quotidiens	34

2.2.2 La radio	36
2.2.3 La télévision	37
2.3 Le débat sur la concentration de la presse.....	39
2.4 Les enjeux et répercussions de l'industrialisation de l'information.....	43
2.4.1 La centralisation de l'information.....	44
2.4.2 L'opinion publique à la merci d'entreprises	46
2.4.3 La multiplication de l'offre	48
2.4.4 L'encadrement gouvernemental.....	50
CHAPITRE III	
L'AVIS DES JOURNALISTES	54
3.1 Question de recherche et hypothèse	54
3.2 L'entretien : une technique d'enquête.....	56
3.2.1 Définition de l'entretien	56
3.2.2 L'échantillon	58
3.3 La présentation des journalistes	59
3.4 Les résultats d'entretiens.....	61
3.4.1 L'espace public	62
3.4.2 L'image et la représentation.....	63
3.4.3 La concentration de la propriété des entreprises de presse	67
3.4.4 Les évolutions technologiques et le journalisme	77
3.4.5 Les mécanismes de contrôle des médias	84
3.4.6 Le rôle du journalisme	86
CHAPITRE IV	
L'ANALYSE DES ENTREVUES	92
4.1 L'espace public	92
4.2 L'image et la représentation.....	93
4.3 La concentration de la presse	95
4.4 Les évolutions technologiques et le journalisme	97
4.5 Les mécanismes de contrôle des médias.....	100

4.6 Le rôle du journalisme	101
CONCLUSION	104
APPENDICE A	
TABLEAUX	108
Tableau 2.1	109
Tableau 2.2	110
Tableau 2.3	113
Tableau 2.4	114
APPENDICE B	
ENTREVUES AVEC LES JOURNALISTES	115
ALAIN GERBIER	116
GARY ARPIN	135
JOCELYN LABERGE	144
VINCENT MARISSAL	153
MICHEL VAN DE WALLE	166
BIBLIOGRAPHIE	185

RÉSUMÉ

Ce mémoire traite de la mission démocratique du journalisme. Nous y étudions la possibilité pour le journaliste québécois de remplir cette mission au sein de l'industrie médiatique québécoise.

Nous commençons par définir le rôle du journaliste au sein d'une démocratie libérale comme la nôtre. Pour ce faire, nous y abordons les concepts de communication de masse, d'espace public et de représentation. Nous observons que le journaliste doit orchestrer, au sein de l'espace public, une représentation permettant aux citoyens un « voir ensemble », une représentation commune du monde.

Nous dressons ensuite un portrait de l'industrie médiatique québécoise. Nous y observons que les médias de masse québécois sont marqués par un phénomène de concentration de la propriété des entreprises de presse, de même que par l'industrialisation et la marchandisation de l'information.

Pour confirmer ou infirmer notre hypothèse, nous avons réalisé des entrevues avec des journalistes québécois afin de recueillir leurs observations sur l'industrie médiatique québécoise et le contexte dans lequel s'exerce le journalisme québécois.

Nous concluons que l'industrie médiatique privilégie ses intérêts privés à l'intérêt public et qu'elle a donc transformé l'information en simple marchandise. Elle ne réunit plus les conditions nécessaires à un exercice du journalisme en accord avec la mission démocratique qui lui a été historiquement léguée. C'est pourquoi nous affirmons que le journaliste québécois n'est plus un agent démocratique, mais un technicien de l'information, qui œuvre à « produire » des informations pour son entreprise.

Mots-clés : Journalism, démocratie, espace public, communication de masse, représentation, industrie médiatique, concentration de la propriété des entreprises de presse, industrialisation de l'information, centralisation de l'information.

INTRODUCTION

Selon plusieurs observateurs, le journalisme joue un rôle prépondérant au sein d'une société démocratique telle que la nôtre. Dans une démocratie, les journalistes jouent le rôle de l'informateur. Comme chacun a le devoir d'élire ses représentants, mais que tous ne sont pas en mesure de suivre sur place et en direct les travaux de leurs élus, les citoyens ont besoin d'être informés des faits et gestes de leur gouvernement et des autres candidats en lice pour faire un choix éclairé au moment des élections et pour se sentir interpellés par le processus démocratique. En outre, le journalisme, à travers la représentation qu'il effectue de la société et de ses acteurs, participe à l'élaboration de l'espace public et permet à la population de s'appréhender, de se comprendre et de se confronter.

Le journalisme est une activité qui ne date pas d'hier et dont l'évolution s'est orchestrée sur des millénaires. Du crieur au forum romain aux chaînes télévisées d'information continue, c'est un euphémisme d'affirmer que le journalisme a parcouru un long chemin. En même temps que les différentes organisations sociales qui ont traversé l'histoire, il s'est façonné au rythme des évolutions techniques et des conditions sociopolitiques qui se sont succédées. Cette évolution s'est effectuée afin de répondre à un besoin fondamental de l'être humain : celui de se connaître et de se comprendre. Si la connaissance est une source de pouvoir, il n'est pas naïf de croire que le développement du journalisme au XVIII^e et XIX^e siècle constitue une des conditions ayant permis l'éclosion des démocraties contemporaines.

Au moment où la révolution industrielle et l'avènement du capitalisme permettent l'arrivée d'une société de masse, le journalisme s'intègre, comme les autres sphères de l'activité humaine, à l'économie de marché. Aussi, c'est au tournant du XX^e siècle que le concept de médias de masse commencera à être posé. À partir de là, on voit se développer

une véritable industrie médiatique, dont les ramifications s'étendent au fur et à mesure que des innovations technologiques font apparaître de nouvelles plates-formes médiatiques.

Si des innovations, tant dans le domaine des modèles d'affaires privilégiés par l'industrie médiatique que dans les technologies de diffusion des médias, sont apparues tout au long du siècle dernier, les 25 dernières années ont été témoin d'une évolution particulièrement accrue. Aussi, nous avons assisté à une concentration sans précédent de la propriété des entreprises de presse ainsi qu'à une industrialisation progressive de l'information. Ces changements n'ont pu s'effectuer sans avoir des répercussions sur l'exercice du journalisme.

Le Québec n'est pas à l'abri de ces phénomènes. L'industrie médiatique québécoise s'est grandement transformée au cours des dernières années. Les exemples sont nombreux : le groupe *Quebecor*, déjà propriétaire des quotidiens *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, s'est porté acquéreur du réseau de télévision *TVA* et de l'entreprise de câblodistribution *Vidéotron* alors que son compétiteur *Power Corporation* a pour sa part acquis la propriété de la majorité des quotidiens régionaux à travers le Québec. De même, l'entreprise *Corus* est pour sa part propriétaire de six stations de radio dans le marché montréalais, abolissant dans la foulée des acquisitions la salle de nouvelles de la station *CKAC*. Ces changements administratifs affectent, selon plusieurs observateurs, l'exercice du travail journalistique au Québec.

Considérant le lien important qui unit le journalisme à la démocratie, il nous apparaît approprié de se questionner sur les impacts que les changements dans l'industrie médiatique québécoise peuvent avoir sur le journalisme québécois, plus spécifiquement sur le rôle démocratique de celui-ci. Quelle est la mission démocratique du journalisme dans notre système politique? Quelles sont les attentes de l'industrie médiatique vis-à-vis de ses journalistes? De quelle façon les journalistes québécois exercent-ils leur métier au sein de l'industrie médiatique d'ici?

Notre objectif est donc d'étudier les liens qui unissent le journalisme, la démocratie et l'industrie médiatique québécoise afin de déterminer si le journaliste québécois exerce toujours son métier en accord avec sa mission démocratique. Pour ce faire, nous diviserons notre démarche en quatre chapitres.

Tout d'abord, notre premier chapitre aborde la mission démocratique du journalisme contemporain. Pour ce faire, nous développons dans un premier temps le concept de communication de masse. Afin de bien saisir de quelle façon ce concept a influencé les médias et le journalisme, nous le situons dans son contexte historique. Une démarche historique nous apparaît d'ailleurs centrale si nous voulons comprendre de quelle façon s'est construite la mission démocratique du journalisme. Après avoir défini puis critiqué la communication de masse, nous abordons le concept d'espace public, qui est à la charnière du lien entre le journalisme et la démocratie. Il s'agit du lieu où s'effectue la communication de masse ainsi que d'un modèle communicationnel permettant la communication de l'État avec le citoyen. Aussi, nous tentons de définir ce concept ainsi que son lien avec le journalisme. Finalement, nous nous intéressons au concept de représentation, qui se trouve à être le dessein même du journalisme. Pour ce faire, nous abordons l'image, le « voir ensemble », le témoignage et l'immédiateté afin d'observer de quelle façon le journalisme contemporain effectue la représentation du monde.

Notre deuxième chapitre constitue quant à lui un portrait de l'industrie médiatique québécoise. Nous commençons ici par définir ce qu'est la concentration de la presse, puis nous observons de quelle manière celle-ci a affecté les principaux médias au Québec, soit la presse écrite, la radio et la télévision. Si nous voulons comprendre de quelle manière ce phénomène a influencé l'industrie médiatique québécoise, il nous apparaît également nécessaire de savoir quelles furent les tensions qui accompagnèrent son développement. Aussi nous recensons ensuite le débat qui s'est effectué au Québec autour de la concentration de la presse. Nous complétons ce portrait de l'industrie médiatique québécoise en observant les enjeux et les répercussions de l'industrialisation de l'information.

Afin d'éprouver notre hypothèse, elle-même issue de la revue de la littérature contenue dans nos deux premiers chapitres, nous avons rencontré cinq journalistes en entrevue afin qu'ils partagent avec nous leur expérience de journaliste au sein de l'industrie médiatique québécoise. Le troisième chapitre de ce mémoire constitue une conversation entre ces cinq journalistes, élaborée à partir des données brutes recueillies lors des entrevues que nous avons effectuées et autour des thèmes centraux de nos deux premiers chapitres. Cette conversation aborde l'espace public, l'image et la représentation, la concentration de la presse, les innovations technologiques et le journalisme, les mécanismes de contrôle des médias ainsi que le rôle du journalisme.

Finalement, nous analysons dans un quatrième chapitre la conversation orchestrée au chapitre précédent, afin de comprendre ce qui ressort de l'opinion et de l'expérience des journalistes que nous avons rencontrés. Suite à tout cela, nous présentons nos conclusions.

CHAPITRE I

COMMUNICATION ET DÉMOCRATIE

La relation entre le journalisme et la démocratie a été grandement traitée au cours du XX^e siècle par les chercheurs en communication politique. Les travaux de Jürgen Habermas, Dominique Wolton et de leurs collègues ont clairement établi le lien « serré » qui unit ces deux concepts, au point où Wolton affirme que « la communication n'est pas la perversion de la démocratie, elle en est plutôt la condition de fonctionnement »¹. Au cœur de ce nœud théorique primordial à nos démocraties modernes se trouvent les concepts de communication de masse, de représentation et d'espace public. Tous ces concepts ont grandement évolué au cours du siècle dernier, conjointement aux évolutions techniques ayant transformé nos modes de communications.

L'objet de ce chapitre porte sur l'évolution des concepts de communication de masse, d'espace public et de représentation. Par la présentation et la définition de ces concepts, nous observerons le lien entre le journalisme et la démocratie.

I.1 La communication de masse

La communication peut être considérée comme un processus d'échange d'informations, sa racine latine, *communicare*, signifiant « mettre en commun ». L'être humain a continuellement élaboré au cours des siècles des innovations techniques permettant

¹ Dominique Wolton, *Penser la communication*, Paris : Flammarion, 1997, p. 143

l'augmentation de la diffusion de sa communication. Aussi, la communication de masse est un phénomène issu d'une évolution constante des modes de communication humains.

1.1.1 La communication de masse : un processus historique

Philippe Breton et Serge Proulx, dans *L'explosion de la communication*, évaluent que les origines de l'écriture remontent à la Mésopotamie du IV^e millénaire av. J.-C. Cette forme d'écriture est idéographique et pictographique, c'est-à-dire qu'elle est composée de dessin figuratif. Le premier système d'écriture alphabétique n'apparaîtra pour sa part qu'environ 1000 ans av. J.-C. De pair avec le développement de la rhétorique par les Grecs puis par les Romains, il représente les premiers balbutiements de la communication de masse ainsi que de la communication politique. C'est donc dire que la communication de masse est le résultat d'une suite d'innovations tant technique que théorique.

Certains voient dans les *Acta diurna* de la Rome antique les premiers pas du journalisme, alors qu'un recueil officiel relatant les événements quotidiens - travaux du Sénat ou annonces en tout genre - était instauré pour rendre compte des activités de la République :

Conscients, plus que tout autre peuple, du rôle de l'information dans la vie publique, les Romains inventèrent également le premier véritable journal, les *Acta diurna*, par lequel César faisait rendre compte des travaux du Sénat, mais aussi des fêtes et des faits divers.²

Les tribuns et autres rhéteurs avaient également comme mandat de communiquer avec les masses populaires. Ces modes de communication entre les élites politiques et la population n'avaient cependant que peu de portée et ne touchaient ainsi que des auditoires restreints, une situation qui perdurera jusqu'au milieu du XV^e siècle et l'invention de l'imprimerie.

² Serge Proulx et Philippe Breton. *L'explosion de la communication. La naissance d'une nouvelle idéologie*. Montréal : Éditions du Boréal, 1994. p. 43

Breton et Proulx s'entendent donc pour situer la naissance des premiers journaux avec l'utilisation de l'imprimerie et la périodicité de la publication, qui permettent désormais à un émetteur de rejoindre un public bien plus vaste qu'auparavant. Aussi, à la lumière de ces critères, c'est le XVII^e siècle qui serait témoin de la naissance des journaux, alors que des hebdomadaires, comme « La Gazette », fondée en 1631 en France, ou le « London Gazette », fondé en 1665 en Grande-Bretagne. À cette époque, seule une frange scolarisée de la population occidentale peut consulter ces médias, l'analphabétisme étant à cette époque un phénomène de masse. Il faudra attendre le XIX^e siècle pour vraiment voir apparaître les premiers grands médias capables de rejoindre la majorité de la population. C'est aussi à cette époque que des auteurs commencent à avancer les concepts de masse et de foule, concepts qui seront à la base de la communication politique et qui transformeront en profondeur la situation du journalisme.

Le concept de masse trouve son origine dans « les théories sociales élaborées dans la seconde moitié du XIX^e siècle, qui décrivent en termes de « société de masse » les transformations sociales liées à l'industrialisation rapide de l'Europe occidentale capitaliste »³. La deuxième moitié du XIX^e siècle marque en effet l'avènement de la révolution industrielle. Il en résulte une profonde transformation démographique marquée par une urbanisation accrue. C'est dans ce contexte que Gustave Le Bon annonce, en 1895, l'arrivée d'une nouvelle ère, celle des foules.

Il y a un siècle à peine, la politique traditionnelle des États et les rivalités des princes constituaient les principaux facteurs des événements. L'opinion des foules ne comptait pas. Aujourd'hui les traditions politiques, les tendances individuelles des souverains, leurs rivalités pèsent peu. La voix des foules est devenue prépondérante.⁴

³ Serge Proulx et Philippe Breton, *L'explosion de la communication, La naissance d'une nouvelle idéologie*, p. 149

⁴ Gustave Le Bon, *Psychologie des foules*, Paris : Quadrige/PUF, 2003, p. 2

Aussi, « l'essor rapide de la radio au début du XX^e siècle marqua véritablement l'avènement de la communication de masse »⁵, phénomène qui n'est allé qu'en s'accroissant par la suite.

1.1.2 La masse

C'est au cours de la deuxième moitié du XIX^e siècle ainsi qu'au début du XX^e siècle que les transformations sociales menant au phénomène de masse voient le jour. La révolution industrielle y est pour beaucoup. Le développement du travail en usine et l'intensification de la division du travail amèneront une grande partie de la population rurale à quitter la campagne pour venir chercher du travail dans les villes, décuplant la taille de celles-ci et y concentrant les classes ouvrières. Dans les sociétés industrialisées, la démocratie libérale est en train de se constituer, on voit donc à cette époque apparaître des mouvements politiques de masse visant la défense des classes laborieuses.

Foule et masses sont en effet des concepts très marqués par la période et le lieu de leur surgissement, la fin du XIX^e siècle en Europe et plus particulièrement en France où de nombreuses grèves défiaient la légitimité de la troisième république et où l'insurrection de la commune achevait de diviser le pays en deux, dans le sang.⁶

C'est à partir de ces phénomènes sociaux que naît l'idée de masse, qui symbolisera « les nouveaux idéaux libéraux de démocratie, égalité et justice pour tous »⁷. Les tenants d'une position pro-aristocrate, défenseurs de la tradition et de l'ordre social basé sur les privilèges héréditaires sont d'ailleurs les premiers critiques de la société de masse.

⁵ Richard Nadeau et Frédéric Bastien, « La communication électorale », *La communication politique, État des savoirs, enjeux et perspectives*, Ste-Foy : Presses de l'Université du Québec, 2003, p. 163

⁶ Pascal Froissart, « Penser les médias sans notion de masse », *Émergence et continuité dans les recherches en information et communication*, Paris : Société française des sciences de l'information et de la communication, 2001, p.53-54

⁷ Serge Proulx et Philippe Breton. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*. Montréal : Éditions du Boréal, 2006, p. 169

Ce n'est pas la dimension ou la densité démographique d'un pays qui définit la société de masse :

L'idée de la « société de masse » est essentiellement liée à deux caractéristiques : d'une part la forme des relations sociales qui unissent les individus entre eux et, d'autre part, le type d'ordre social existant. Dans une société de masse, l'isolement individuel et la dépersonnalisation dominent dans une structure où le contrôle social est très faible.⁸

Si les conditions de vie des classes ouvrières sont au XIX^e siècle pour le moins difficile, on peut néanmoins observer une élévation progressive du niveau de vie des ouvriers, au point où dès les premières décennies du siècle suivant, même ceux-ci ont des temps libres et se développent des loisirs. Donc, parallèlement à l'augmentation de la production, découlant de la révolution industrielle, apparaît une augmentation de la consommation à des fins de divertissement. Alors que l'on avait toujours considéré la culture comme une propriété de la classe dominante, la masse commencera à pouvoir participer à l'élaboration ainsi qu'à la consommation de biens culturels.

L'amélioration des conditions de vie se traduisant également par une augmentation des taux de scolarisation et d'alphabétisation, les premiers journaux à grande diffusion font leur apparition à partir de 1860. Les progrès techniques dans les procédés d'impression permettent aussi de lancer la commercialisation de biens culturels tels que les livres, les manuels scolaires ou les romans-photos. Puisque la masse tend à recevoir sensiblement la même information, on commence à observer une certaine homogénéisation entre la culture élitiste et la culture populaire, vue jusqu'alors comme inférieure. C'est à partir de cette époque que l'on commence à parler de culture de masse.

Entendons ici la culture de masse comme une culture produite en fonction de sa diffusion massive et tendant à s'adresser à une masse humaine, c'est-à-dire à un agglomérat d'individus considérés en dehors de leur appartenance professionnelle ou sociale⁹.

⁸ Serge Proulx et Philippe Breton. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*. p. 169

⁹ *Dictionnaire de la Sociologie*, Paris : Encyclopæia Universalis : Albin Michel, 2007, p. 511

Au fur et à mesure que le système capitaliste occidental se développe, des innovations technologiques font avancer les modes de communication humains. Aussi, le téléphone, le cinéma, d'abord muet puis parlant, la radio, les supports d'archivage d'information (CD, DVD, vidéocassette, etc.), la télévision et plus récemment l'internet transforment non seulement notre façon de partager de l'information, mais aussi de nous divertir. Ces outils de diffusion de la culture de masse forment ce que les sociologues appellent depuis les années 20 les médias de masse. Ceux-ci ont comme rôle de mettre à la disposition d'un vaste public des messages et des informations, bref d'effectuer une communication de masse.

1.1.3 Définition de la communication de masse

Richard Nadeau et Frédéric Bastien affirment que la communication de masse se définit par quatre traits caractéristiques. Tout d'abord, elle est médiatisée dans ce sens qu'elle s'effectue sans relation physique entre l'émetteur et le récepteur d'un message. Au sein de notre système politique contemporain, les médias assurent le maintien de cette relation. « Deuxièmement, elle est unidirectionnelle; un émetteur peut transmettre un message à un ensemble de récepteurs, mais il ne peut recevoir directement les réactions de ceux-ci. »¹⁰ Aussi, la communication de masse ne peut être que collective, dans la mesure où les médias en assurent une large diffusion. Finalement, « elle est simultanée, car les techniques de communication permettent à tous les récepteurs de recevoir le message au même moment et parfois, grâce à la transmission en direct, à l'instant même où l'émetteur s'exprime »¹¹.

Si la technologie et l'urbanisation ont fait la communication de masse, il est également possible d'affirmer qu'elles ont contribué à la démocratie de masse que nous connaissons aujourd'hui. La communication de masse est d'ailleurs une condition primordiale de son existence. « Et l'on retrouve toujours cette double dimension de la

¹⁰ Serge Proulx et Philippe Breton. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, p.163

¹¹ *ibid.*, p. 163

communication. À la fois normative, comme indissociable du paradigme démocratique, et fonctionnelle, comme seul moyen de gérer les sociétés complexes. »¹² Dans un premier temps, elle a une dimension fonctionnelle, du fait qu'elle rend possible la gestion de la société par la diffusion d'informations, mais aussi d'idées et de valeurs, à toute la population. La communication de masse comporte aussi une dimension normative en raison du rôle d'informateur qu'elle est amenée à jouer en démocratie, afin de permettre à la population d'appréhender son monde et sa réalité ainsi que de connaître les acteurs qui les animent et les déterminent. « Dans une société fortement individualiste, la communication de masse est un puissant lien social unissant des individus souvent très différents et leur permettant de mieux se connaître. »¹³

En outre, la communication de masse permet, du moins dans les idéaux qui la composent, aux citoyens démocrates de se rapprocher des centres décisionnels et du débat politique qui anime leur société tout en leur offrant une large fenêtre sur le monde. Aussi, John Dewey, un philosophe américain, avance que la communication de masse est désormais une condition essentielle à un fonctionnement démocratique effectif.

La communication n'est donc pas pour John Dewey une affaire « de communion entre des entités individuelles »; la communication, c'est ce qui peut assurer matériellement la pleine participation citoyenne à la vie publique, à l'exemple des assemblés de villages et des forums sociaux élargis.¹⁴

Selon l'idéal de Dewey, le journalisme et les médias de masse doivent orchestrer le processus de prise de parole citoyenne permettant à la démocratie politique de se construire.

¹² Serge Proulx et Philippe Breton, *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, p. 143

¹³ *ibid.*, p. 164

¹⁴ *ibid.*, p. 193

1.1.4 Les critiques de la communication de masse

Alors que la culture de masse et la communication de masse sont censées représenter l'idéal démocratique des sociétés modernes, plusieurs chercheurs, regroupés au sein des théories critiques de la communication de masse, voient ce phénomène d'un autre œil. Aussi, l'École de Francfort y voit « des messages réifiés incitants au conformisme et à une terrible résignation de l'homme moderne (Horkheimer). »¹⁵ En effet, la culture de masse serait selon eux complice de la domination politique et tendrait à liquider progressivement l'autonomie des individus, leur enlevant leur pouvoir de manifester leurs préférences au sein des différentes sphères culturelles. Cela mènerait à une culture standardisée et homogénéisée, imposée à la masse par l'idéologie dominante et dont le rôle politique « équivaldrait ici à obtenir, par la manipulation, l'assurance que les publics appuieront le *statu quo*. »¹⁶ C'est pourquoi Horkheimer avance que la culture de masse contribuerait à perpétuer l'injustice sociale. Jean-Louis Missika et Dominique Wolton posent d'ailleurs leurs travaux comme un engagement politique : « Leur rôle est de dévoiler la vérité cachée d'un système de domination qui ne peut fonctionner que par la dissimulation. »¹⁷

Dans un contexte de soumission à l'idéologie dominante, le rôle des communications de masse, selon les critiques, est de « consolider le conformisme, et de justifier l'ordre établi, en démontrant que le monde tel qu'il est ne peut pas être autrement (ce qu'Adorno appelle « la soumission à la puissance et l'omniprésence de ce qui est »). »¹⁸ De là proviendrait l'illusion d'une égalité entre les conditions humaines et le développement de la fausse conscience d'une homogénéité sociale. C'est cette apparence d'homogénéité sociale qui explique l'intérêt que porte l'approche critique au concept de masse. Dans la tradition marxiste, les masses sont censées être révolutionnaires et chercher à sortir de leur aliénation par la révolution. Les observations des critiques sur les masses fascistes des années trente ou la masse conservatrice américaine des années cinquante les mènent à la conclusion que les

¹⁵ Serge Proulx et Philippe Breton, *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, p. 170

¹⁶ *ibid.*, p. 171

¹⁷ *ibid.*, p. 204

¹⁸ Jean-Louis Missika et Dominique Wolton, *La folle du logis - la télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris : Gallimard, 1983, p. 207

médias sont « un des grands facteurs de constitution d'une masse dominée et aliénée par le pouvoir. »¹⁹ Les critiques réfutent l'idée de la société en tant que masse, notant que l'homogénéité sociale inventée par les médias n'est qu'une illusion et que, en conséquence, la société de masse est davantage une société de classe. « La masse de la communication de masse n'existe que dans la mystification, l'aliénation et la soumission. »²⁰

Dans le débat qui anime les recherches sur la communication de masse, Jürgen Habermas, que l'on associe à l'école de Francfort comme étant de sa deuxième génération, s'est pour sa part intéressé aux concepts d'espace public et d'opinion publique. Il renie la définition d'opinion publique que donnent les empiriques, pour qui celle-ci est, sur un plan subjectif, l'opinion régnante. Il élabore plutôt une conception de l'espace public qui deviendra référence dans le domaine de la communication politique.

1.2 L'espace public

L'espace public est l'un des concepts les plus importants en ce qui a trait au rapport entre les médias et la démocratie, puisqu'il représente le lieu où s'effectue la communication de masse. Ce concept est porteur de l'idéal démocratique qui est donné aux médias de masse et offre un modèle communicationnel qui permet la communication entre l'État et le citoyen.

1.2.1 Définition de l'espace public

Dominique Wolton avance que Kant est probablement le premier à avoir élaboré le concept d'espace public et qu'Habermas est celui qui en a popularisé l'usage dans les années 1970. Ce dernier le définit comme la « sphère constituée par la « société civile » qui, en tant

¹⁹ Jean-Louis Missika et Dominique Wolton. *La folle du logis*, p. 208

²⁰ *ibid.*, p. 208

que domaine propre de l'autonomie privée, va s'opposer à l'État.»²¹ Cette conception s'articule autour de la définition libérale de la démocratie. Celle-ci se pose comme un régime politique selon lequel la souveraineté appartient à l'ensemble des citoyens et est exercée par eux. Elle porte en son sein une opposition entre d'une part l'État, soit les instances chargées d'exercer le pouvoir, et la société civile, soit l'ensemble des citoyens, qui sont ainsi considérés comme des personnes « privées ». L'espace public d'Habermas peut être vu selon Wolton comme un espace symbolique reliant ces deux entités issues des révolutions bourgeoises du XVIII^e siècle.

La vision de l'espace public d'Habermas s'inspire aussi des Lumières en ce sens qu'elle donne une grande place à la raison comme mode de fonctionnement : « (...) le modèle de sphère publique élaboré par Habermas correspond en tout point à l'idéal des Lumières : valorisation de la rationalité, infinie confiance en l'être humain, croyance en la capacité des sociétés à s'autogouverner.»²² Selon le penseur allemand, l'interaction entre les citoyens et leur raison permet de créer un lieu, accessible à chacun d'eux, grâce auquel la société démocratique peut s'autodéterminer. « L'échange discursif de positions raisonnables sur les problèmes d'intérêts généraux permet de dégager une opinion publique. Cette « publicité » est un moyen de pression à la disposition des citoyens pour contrer le pouvoir de l'État.»²³

Selon Habermas, la culture de masse serait le lieu où se réaliserait l'idéal démocratique. Le secret serait de refonder l'idéal de la raison moderne en pensant plutôt la raison comme communicationnelle. Aussi, son idéal est de veiller au maintien d'un espace public exempt de contraintes communicationnelles. Selon lui, si l'on maintient un espace public efficace, on s'entendra, car la communication porte en elle les conditions préalables au consensus.

²¹ Jürgen Habermas, *L'espace public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Fayot, 1978, p.23

²² Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie, le grand malentendu*, St-Foy : Presses de l'Université du Québec, 2006, p. 13

²³ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 379

Au lieu d'imposer à tous les autres une maxime dont je veux qu'elle soit une loi universelle, je dois soumettre ma maxime à tous les autres afin d'examiner par la discussion sa prétention à l'universalité. Ainsi s'opère un glissement : le centre de gravité ne réside plus dans ce que chacun souhaite faire valoir, sans être contredit, comme étant une loi universelle, mais dans ce que tous peuvent unanimement reconnaître comme une norme universelle.²⁴

Face à une société immanente et opaque, l'opinion de cette masse devient l'élément concourant à la construction du lien social. Aussi, c'est dans le partage d'une opinion à un moment donné que se construit désormais le plus efficacement le lien social.

Le penseur allemand pose l'égalité entre chaque être humain, ce qui lui fait accorder une valeur égale aux opinions rationnelles de chacun d'eux. Dans cette optique, l'espace public se doit de permettre à chacun de faire valoir son opinion au sein de la société : « Le sujet de cette sphère publique est le public en tant que support d'une opinion publique à la fonction critique de laquelle se réfère la Publicité. »²⁵ Par publicité, il faut ici comprendre l'action de rendre public. Aussi, la raison et la publicité sont les pièces maîtresses soutenant l'édifice conceptuel de l'espace public d'Habermas. On pourrait ainsi affirmer que la sphère publique représente l'ensemble des personnes « privées », qui deviennent ainsi un public et représente une sorte de rempart face à la domination de l'État, par le biais de raisonnements publicisés.

Habermas est clair sur le rôle que se doit de jouer l'espace public dans la société contemporaine : « Le processus au cours duquel le public constitué d'individus faisant usage de leur raison s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État. »²⁶ Pour lui, l'espace public est un moyen de pression permettant aux citoyens d'exercer une pression sur l'État et de contrer le pouvoir de celui-ci. « La publicité des débats parlementaires permet à l'opinion publique de

²⁴ Jürgen Habermas, *Morale et communication. Conscience morale et activité communicationnelle*, Paris : Cerf, 1991, p. 88

²⁵ Jürgen Habermas, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, p. 14

²⁶ *ibid.*, p. 14

vérifier l'influence qu'elle y exerce, et assure le lien entre députés et électeurs, membres, les uns comme les autres, d'un seul et même public. »²⁷

De cette instrumentalisation de l'espace public en tant que moyen de pression vient la méfiance qu'entretient le philosophe allemand face à l'État : « Habermas considère que l'apparition de l'État-providence a perverti ce mécanisme de concertation démocratique. »²⁸ Louis Quéré abonde en ce sens en affirmant que, selon Habermas, « la dépolitisation de l'espace public s'est effectuée au fur et à mesure qu'il a été investi par l'État et les puissances économiques, qui l'ont instrumentalisé au service de leurs logiques respectives. »²⁹

1.2.2 Espace public et journalisme

Dans la société contemporaine, l'espace public est intrinsèquement associé aux médias et au journalisme : « L'espace public de Habermas comporte des caractéristiques qui, encore aujourd'hui, sont perçues comme étant essentielles à l'espace public des médias : la rationalité, l'accessibilité et la transparence. »³⁰

L'apparition des techniques de diffusion de la pensée à une grande échelle, comme l'imprimerie et plus tard la radio, mène à une interaction intellectuelle et politique de plus en plus répandue entre les membres des populations occidentales. « La raison constitue une activité sociale et matérielle, grâce au *médium* de l'écrit, par exemple, conditionnée dans son contenu par les techniques disponibles d'inscriptions, de transmission et de stockage des idées. »³¹ C'est avec ces innovations technologiques que devient possible le développement de ce qui deviendra le journalisme tel qu'on le conçoit aujourd'hui. Le rôle démocratique du

²⁷ Jürgen Habermas, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, p. 93

²⁸ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 379

²⁹ Louis Quéré, *Des miroirs équivoques*, Paris : Aubier-Montaigne, 1982, p. 72

³⁰ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie, le grand malentendu*, p. 13

³¹ Stéphane Haber, *Jürgen Habermas, une introduction, au cœur de la pensée de Jürgen Habermas*. Paris : Pocket, 2001, p. 42

journalisme est dès lors de concourir à l'élaboration de l'espace public en tant que lieu de construction de la réalité humaine et de lieu de détermination politique. Ce concept est central dans l'exercice démocratique du journalisme, puisqu'il représente l'endroit symbolique où le journaliste exerce son rôle démocratique et fait usage du pouvoir qui lui est dévolu. Habermas explique de la façon suivante le rôle que joue l'espace public au sein des démocraties libérales:

« The institutional design of modern democracies brings together three elements: first, the private autonomy of citizens, each of whom pursues a life of his or her own; second, democratic citizenship, that is, the inclusion of free and equal citizens in the political community; and third, the independence of a public sphere that operates as an intermediary system between state and society. »³²

C'est dire qu'un espace public indépendant est une condition indispensable à l'exercice de la démocratie.

Le journaliste est celui qui a non seulement le devoir, mais aussi les capacités, de mettre en scène cet espace public, à travers lequel s'élabore le débat politique. « La sphère publique est perçue comme le lieu de délibération par excellence permettant au peuple de s'autogouverner; celui-ci prendrait connaissance des enjeux importants de sa société par le biais des médias et il s'exprimerait ensuite en toute connaissance de cause. »³³

C'est l'entendement que font les démocraties libérales de l'espace public. « Le concept de la sphère publique s'appuie sur l'idéologie libérale qui offre une vision plus consensuelle que conflictuelle de la société; le système politique permettant l'alternance suffirait à régler les conflits qui surgissent (...). »³⁴ Dans cette optique, Anne-Marie Gingras avance que, selon le concept d'espace public développé par Habermas, les médias jouent un rôle primordial dans la gestion politique d'une démocratie libérale : « Dans cette perspective,

³² Jürgen Habermas, « Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy and Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research », *Communication theory*, Publié en ligne, Volume 16 Issue 4, 6 novembre 2006, p. 412

³³ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie. Le grand malentendu*, p. 13

³⁴ *ibid.*, p.40

les médias constitueraient un rouage essentiel de la socialisation politique, créeraient du « lien social » et permettraient à la société civile de s'exprimer. »³⁵ Pour ce faire, ils doivent aborder ce rôle comme une mission de service public, une responsabilité sociale. « Ce concept se rapproche de l'idéal utopique du « gouvernement du peuple par le peuple », pour autant que nous ayons des élites sensibles aux besoins du peuple. »³⁶ Il va sans dire que les critiques de l'espace public habermassien sont sceptiques devant une telle éventualité.

1.2.3 La dégradation de l'espace public

Si, selon Anne-Marie Gingras, les défenseurs de l'espace public le posent comme un « lieu matériel ou immatériel de débat public grâce auquel la collectivité peut s'autogouverner », d'autres croient que l'« on assimile les médias à des « appareils idéologiques », donc à des outils du pouvoir en place. »³⁷ Habermas semble pencher vers la deuxième option, étant lui-même, comme nous l'avons avancé plus haut, très critique de l'espace public tel qu'instrumentalisé par la bourgeoisie des pays occidentaux. Gingras explique la position du penseur allemand de la façon suivante : « La sphère publique ne sert plus au débat public, car elle a été instrumentalisée par l'État et les pouvoirs économiques. »³⁸

Gingras propose quant à elle aussi une crise de l'espace public. Celui-ci se doit selon elle d'obliger les médias à offrir des informations permettant aux citoyens de se former une opinion éclairée, ce qui vient empêcher tout tabou en ce qui a trait à la politique ou à l'économie.

Or, non seulement les questions abordées dans les médias sont elles restreintes, mais elles ne permettent que peu la formation d'une opinion éclairée, et ce, pour de

³⁵ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie, le grand malentendu*, p.12

³⁶ *ibid.*, p.12

³⁷ *ibid.*, p.11

³⁸ *ibid.*, p. 13

multiples raisons (...) : dépendance envers les pouvoirs politiques et économiques et fabrication partielle de l'opinion publique par les sondages.³⁹

C'est pourquoi elle affirme que le « rôle véritable des médias est fort distant du rôle officiel qu'on leur attribue et qu'ils s'attribuent eux-mêmes. »⁴⁰

Gingras observe également que, si l'idéal d'Habermas est porteur des valeurs d'égalité, d'accessibilité et de transparence, l'espace public contemporain ne répond pas à ces critères : « Tant nos propres recherches que d'autres écrits suggèrent qu'un nombre fort restreint d'acteurs sociaux ont accès aux médias et que la presse, non contente de sélectionner, cadre de manière spécifique certaines questions et en ignore systématiquement d'autres. »⁴¹ Dominique Wolton reconnaît lui aussi une perversion de l'espace public dans l'instrumentalisation qu'en font les médias contemporains : « En fait, il y a aujourd'hui confusion entre l'espace public, lieu d'expression et de médiation, et lieu de hiérarchisation normative. »⁴² Il observe ainsi que le nombre de systèmes de valeurs et de référence mis de l'avant dans l'espace public s'en trouve réduit.

Cette instrumentalisation de l'espace public par l'industrie médiatique et l'État mène à sa transformation en scène de spectacle, où le citoyen n'est plus un acteur au cœur du processus d'échange, mais un spectateur extérieur au débat. Le philosophe allemand Peter Sloterdijk affirme que le système médiatique contemporain opère une conversion de l'espace public en cirque, avec le déficit démocratique que cela implique : « Tant qu'on ne fait pas une analyse radicale de ce fonctionnement de l'espace public, la démocratie demeure un concept vide. »⁴³ Habermas lui-même reconnaît la spectacularisation de l'espace public et les dérives qui en découlent : « Les nouveaux médias captivent les spectateurs et auditeurs, mais en leur retirant par la même occasion toute distance émancipatrice, c'est-à-dire la possibilité

³⁹ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie, le grand malentendu*, p. 41

⁴⁰ *ibid.*, p. 20

⁴¹ *ibid.*, p. 20

⁴² Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 168

⁴³ Peter Sloterdijk et Alain Finkielkraut, *Les battements du monde*. Paris : Pauvert, 2003. p. 57

de prendre la parole et de contredire. »⁴⁴ C'est donc dire que selon plusieurs penseurs, Habermas lui-même, l'espace public contemporain ne répond pas aux idéaux démocratiques et aux espoirs que le penseur avait fondé en lui.

Peu importe notre vision de l'espace public, un point demeure, soit les liens directs et serrés qui unissent les médias et le journalisme à la démocratie. « La sphère publique, comme concept cristallisant les rapports entre la population, les médias et l'État, signifie que les médias font partie des mécanismes favorisant la démocratie. »⁴⁵ Aussi, le journaliste représente un élément primordial de la socialisation politique, puisqu'il concourt à ériger ce que Wolton appelle un « lien social »⁴⁶ et représente l'opportunité qu'a la société civile de s'exprimer. Il est cependant permis de croire que cette opportunité ne peut être saisie en raison de l'instrumentalisation de l'espace public par les pouvoirs économiques et l'État.

1.3 La représentation

Le journalisme a comme dessein la représentation du monde à travers les événements qui y surviennent. « À partir du moment où quelque chose arrive qui modifie le cours et le sens de notre histoire, il faut bien que nous en gardions la mémoire, que nous en composions le récit et que nous en interprétions la signification dans un débat public »⁴⁷. Dans le journalisme contemporain, les biens médiatiques sont teintés d'un idéal d'objectivité permettant la représentation la plus fidèle possible de la « vraie » réalité. Aussi, suite aux développements technologiques majeurs ayant marqué le monde des communications au XX^e siècle, un nouveau mode de représentation semble avoir émergé, un mode de représentation qui permet une appréhension de la réalité soustraite à tout récit critique, modifiable ou contradictoire : l'image.

⁴⁴ Jürgen Habermas, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, p. 179

⁴⁵ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie, le grand malentendu*, p. 12

⁴⁶ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 12

⁴⁷ Marie José Mondzain, « La représentation comme bataille et comme liberté », p. 37

1.3.1 L'image

Le journalisme contemporain a confié aux images « la fonction de fixation des impressions émotives et convulsives et la fonction du blocage impérieux de tout mouvement de la pensée, de toute élévation de la voix pour obtenir la transe continue d'un auditoire exorbité. »⁴⁸ Dans cette façon de voir les choses, les images permettent à la réalité de s'imposer en silence, mais en opérant une paralysie générale du temps. Ne pas avoir besoin de mettre en mots la réalité tend à lui enlever son statut de projet en la posant plutôt comme un produit fini. « Autrement dit, l'image et l'événement ne faisant plus qu'un, l'événement est défini et inscrit dans la mémoire comme l'emblème figé d'un réel sans mémoire. »⁴⁹

Il ne faut surtout pas limiter la reproduction par l'image à la photographie et la télévision. Le sondage, reconnu « pour être des reflets de l'opinion de la population »⁵⁰ ou encore « un rétroviseur ou un instantané »⁵¹, est un outil omniprésent dans l'exercice du journalisme contemporain et reprend le rôle de fixation de la réalité imputé à l'image. Le sondage est fixé dans le temps, à l'instar d'une photographie, et est sensé illustrer l'opinion publique, permettant à la population de se faire entendre par ses élites et à celles-ci de prendre connaissance des volontés populaires. Or, si le sondage se présente comme une représentation fixe et empirique de l'opinion publique, son exercice est marqué par plusieurs biais : « (...) il n'est jamais l'expression naturelle de l'opinion publique, mais la réponse de celle-ci, dans des conditions particulières, à une question posée par un commanditaire (...) »⁵². Son utilisation abondante dans la couverture des débats de société a comme conséquence une objectivisation de l'opinion publique, en ce sens qu'elle pose celle-ci comme un objet extérieur à l'humain duquel le sondage permet de rendre compte

⁴⁸ Marie José Mondzain, « La représentation comme bataille et comme liberté », in *Print the Legend. Cinéma et journalisme*, Paris : Cahiers du cinéma/Festival international du film de Locarno, 2004, p. 38

⁴⁹ *ibid.*, p. 38

⁵⁰ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie, le grand malentendu*, p. 166

⁵¹ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 152

⁵² *ibid.*, p. 152

empiriquement et de façon ponctuelle. C'est en ce sens que le sondage est une forme d'image, puis qu'il revendique, tout comme l'image, une capacité de représentation que le contexte entourant son exercice ne permet pas.

L'omniprésence des sondages accentue alors la *culture de l'instantané*, où se succèdent à un rythme effréné événements, sondages, informations, comme une sorte de gigantesque jeu de questions-réponses. La conséquence est une réduction de toute distance critique.⁵³

Marie-José Mondzain affirme que la difficulté se trouve dans l'apparent paradoxe suivant : montrer ne veut pas dire représenter; plus on montre, moins on représente. « La représentation consiste à faire voir ce que l'on renonce à montrer, ce que l'on choisit de ne pas montrer afin d'en faire l'objet d'un partage. On ne partage pas l'œil de son voisin, mais on peut partager avec lui la parole et débattre d'un sens. »⁵⁴ En fixant la réalité comme un objet indépendant, en lui niant son caractère humain et institué, le journalisme contemporain tend à enlever aux humains la capacité d'appréhender la réalité en tant que projet commun. « C'est cela, la représentation : produire les conditions imaginaires du partage qui nous arrachent à l'épreuve solitaire d'une situation irréductible pour nous proposer de porter nos regards sur une condition commune. »⁵⁵

Si la réalité peut sembler plus « vraie » lorsqu'elle est représentée par une image, le culte de l'image tend pour sa part à évacuer le langage, donc à mettre en péril toute possibilité de voir ensemble. « C'est cela, la représentation : produire les conditions imaginaires du partage qui nous arrachent à l'épreuve solitaire d'une situation irréductible pour nous proposer de porter nos regards sur une condition commune. »⁵⁶ Or, si les conditions du « voir ensemble » ne sont plus présentes, c'est l'idée même du journalisme telle qu'exprimée par son idéal démocratique qui devient problématique. Il s'enlève à lui-même le pouvoir de participer à l'élaboration d'un espace public permettant aux humains le

⁵³ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 152-153

⁵⁴ Marie-José Mondzain, *La représentation comme bataille et comme liberté*, p. 38

⁵⁵ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 40

⁵⁶ Marie-José Mondzain. « La représentation comme bataille et comme liberté ». p.38

« voir ensemble » et l' « agir commun ». C'est dire, dans ce contexte, qu'il se décharge de sa mission démocratique.

1.3.2 Le « voir ensemble »

Le dessein du journalisme est de permettre aux membres de la société de voir ensemble la réalité. Ce « voir ensemble » renvoie à la capacité de chacun de saisir la réalité. Dès le départ, Jean-Toussaint Desanti affirme que « c'est cette unité du visible et de l'invisible qui assure la consistance de ce qui est vu, et par conséquent qui ouvre la possibilité d'un « voir ensemble » »⁵⁷. Pour lui, la condition pour voir est d'avoir un corps, donc par extension de pouvoir être vu. « Nous nous trouvons chacun dans un site bien particulier. Et du site où chacun d'entre nous se tient, il ne peut pas voir ce qu'un autre voit. »⁵⁸ Chaque corps, site particulier pouvant voir et être vu, représente un « voir particulier » dont l'articulation permet le « voir ensemble. »

Le « voir ensemble » suppose aussi l'invisible, parce qu'il est irréductible à ce que l'on peut voir et en conséquence ne se réduit pas aux choses que peuvent voir séparément les individus. « Par exemple, aucun d'entre vous ne peut voir à la fois mon front et ma nuque. Et moi non plus je ne peux pas voir à la fois votre nuque et votre front. « Voir ensemble », est-ce voir ce qui est visible dans ce qui demande à être vu ? Certainement pas. »⁵⁹

« Voir ensemble, c'est donc avoir affaire à du visible manifeste. »⁶⁰ Suite à cette affirmation, Desanti reconnaît que celle-ci est difficile à soutenir si l'on s'intéresse au lieu où se produit ce lien entre les « voir particuliers ». « Nous sommes dans l'embarras parce que tous les points où ça germe, c'est-à-dire les corps vivants qui s'adressent dans la réciprocité, sont des points de fuite. Des points où tout peut s'effondrer. »⁶¹ L'espace commun où

⁵⁷ Jean-Toussaint Desanti, *Voir ensemble*, Paris : Gallimard, 2003, p. 19

⁵⁸ *ibid.*, p. 20

⁵⁹ *ibid.*, p. 20

⁶⁰ *ibid.*, p. 22

⁶¹ *ibid.*, p. 22

s'effectuent ces échanges réciproques est lui aussi invisible, métaphysique, puisqu'il se situe dans le langage. C'est le langage qui permet de voir ensemble, parce que c'est lui qui permet aux individus de se rencontrer dans un espace symbolique leur permettant d'agir ensemble. Aussi, c'est par le langage que l'espace commun permettant le « voir ensemble » se constitue, par le rassemblement des différentes voix par lesquelles chacun s'adresse à l'autre.

L'espace commun n'est pas la somme de ces voix, ce qui tendrait à abolir chacun d'eux, mais plutôt leur articulation en quelque chose de plus grand : l'expression. Un groupe, constitué par des êtres ayant la potentialité de voir ensemble, ne voit rien en tant que somme d'individus. C'est le langage et la rencontre dans un espace symbolique d'expressivité qui lui permet de voir et d'agir ensemble. « L'espace commun se constitue de l'unité de ces accords et de ces contestations. C'est dans *l'épreuve de l'exprimé commun* que se constitue le « voir ensemble », ou encore « l'ensemble qui voit », ou encore ce « Nous qui voit ». »⁶² Le langage est construit de signes constitués en un réseau d'indications permettant l'expression, qu'il s'agisse de paroles dans une langue instituée, des bruits, des gestes ou même le simple partage silencieux d'un moment.

Le schéma de Jakobson, célèbre penseur russe dont les travaux ont été déterminants dans l'élaboration de l'étude des communications, nous paraît utile pour expliquer cette situation. Il pose dans la communication humaine un émetteur et un récepteur, séparé par le message envoyé par l'émetteur. Ce schéma montre très bien l'écart existant entre les acteurs de tout échange langagier entre humains et démontre aussi leur opposition en tant qu'êtres subjectifs différents. Or, au centre de cette opposition se trouve un espace qui les relie et dans lequel ils peuvent échanger et entrer en relation l'un avec l'autre : un espace d'intersubjectivité. Desanti explique cet espace de la façon suivante :

Un autre espace que ce que nous nommons espace naturel, du fait que nous vivons dans l'écart relativement à ce que nous nommons les choses, recouvre cet espace naturel : il s'agit d'un espace symbolique, un espace de relations, d'adresses, de boucles, de retours, et qui peuple l'écart sans le combler jamais.⁶³

⁶² Jean-Toussaint Desanti, *Voir ensemble*, p. 32

⁶³ *ibid.*, p. 27

Nous l'avons avancé plus haut : cet espace est peuplé, rempli, par le langage. Comme il peut être peuplé, mais ne peut jamais être comblé, Desanti affirme qu'il est instable, continuellement menacé et que conséquemment il exige d'être constamment repris. C'est en le reprenant et en se posant en rapport à l'autre que se construit un faire commun, un agir commun, permettant la constitution d'une communauté humaine en rapport subjectif et réfléchi au monde.

Dans le concept du « voir ensemble » de Desanti, nous pouvons observer le lien serré qui unit la représentation à l'espace public. C'est en appréhendant le monde au sein d'une expérience commune et dans un écart à la réalité qu'un espace public digne de l'idéal d'Habermas, évoqué plus haut, peut être élaboré. L'essence démocratique du journalisme se trouve précisément dans l'art d'articuler ce « voir ensemble ».

Le journalisme contemporain, pour sa part, ne passe pas par la reconnaissance d'un écart dans lequel élaborer un espace symbolique, mais tend plutôt vers l'idée que l'on ne peut montrer que ce qui se donne à voir, donc montrer la réalité. Dans cette logique, ce qui ne peut être vu est automatiquement renvoyé dans l'irréel, ce qui constitue assurément une limite majeure du journalisme. Cette tendance à nier la nécessité d'un écart dans le processus de représentation mis en œuvre par le journalisme contemporain peut être particulièrement bien observée dans la logique d'immédiateté qui anime celui-ci.

1.3.3 L'immédiateté

Le Robert Quotidien définit ce qui est immédiat de la façon suivante : d'une part, est immédiat ce « qui suit sans délai : qui est du moment présent, a lieu tout de suite. » et d'autre part ce « qui opère, se produit ou est atteint sans intermédiaire »⁶⁴. Ces deux définitions sont contraires à ce que le journalisme s'est historiquement donné comme mission.

⁶⁴ *Le Robert Quotidien*, Paris : Dictionnaires Le Robert, 2004. p. 959

Les développements technologiques ont engagé les médias contemporains dans une course à la nouvelle. La question n'est plus tant de savoir qui rend mieux compte de l'événement que de savoir qui pourra sortir la nouvelle le plus rapidement possible, qui pourra s'accaparer le plus de spectateurs en sortant la nouvelle en premier. Cette course, entamée par le développement du journalisme télévisé, s'est accélérée avec l'avènement des chaînes de télévision d'information continue et a atteint sa présente vitesse de croisière avec l'arrivée d'Internet dans le paysage médiatique et la multiplication spectaculaire des sources d'information qui a marqué le tournant du XXI^e siècle. Il en résulte que les occurrences sont suivies et commentées au fur et à mesure qu'elles se déroulent, au risque d'en rendre compte de façon erronée.

L'exemple de la tuerie au collège Dawson de Montréal le 13 septembre 2006 en est un bon exemple, alors que les différentes stations de télévision québécoises et les différents sites Internet d'information rivalisaient pour être les premiers à nous apprendre ce qui était en train de se passer. Nous avons ainsi remarqué avec le recul que les médias s'étaient presque tous rendus coupables de désinformation parce qu'ils avaient tous diffusé des informations erronées, affirmant par exemple qu'il y avait plusieurs tireurs au collège Dawson alors que les images captées par hélicoptère ne montraient que des policiers en civil.

Le premier sens d'immédiat évoqué plus haut renvoie au temps : il efface la distance temporelle entre la réalité et sa représentation. Or, c'est par la distance temporelle rétrospective qu'une occurrence peut être replacée dans un contexte de signification lui permettant de prendre sens dans l'espace public et de devenir ainsi un événement. Confiné à l'immédiateté, le journalisme contemporain contribue à offrir une représentation insignifiante du monde, une représentation qui ne parvient pas à s'inscrire dans un horizon de sens compris par la société. « Au lieu d'*intégrer* les techniques de communication dans des visions de la société plus vaste, on suppose que ce sont les techniques qui modifieront les visions de la société. »⁶⁵

⁶⁵ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 53

L'autre sens d'immédiat est inscrit dans la composition du mot lui-même : im/médiat : la négation d'une médiation. La course à l'immédiateté du journalisme contemporain tend à nier la médiation, donc à la transformer en médiation morte, purgée de notion subjective et purement technique. Le journalisme est par définition un lieu de médiation, un intermédiaire entre le monde et l'humanité. S'il n'est plus un média, il ne devient plus qu'un appareil photo offrant des images disparates de la réalité qui ne sont pas inscrites dans un horizon de sens. Une société de l'immédiateté ne peut avoir la capacité d'agir sur elle-même parce que, ne se représentant pas les occurrences dans un contexte temporel porteur de sens, elle est incapable d'avoir du recul face à elle-même. « La réduction des distances symboliques, rendues possibles *a priori* par l'omniprésence de la communication, construit une société ou tout *est à plat, sans relief* »⁶⁶

La logique d'immédiateté animant le journalisme contemporain joue beaucoup sur son rapport à la réalité. Nous l'avons dit plus haut, le dessein du journalisme est de permettre aux membres de la société de voir ensemble la réalité, donc de représenter celle-ci. Or, le journalisme aborde aujourd'hui cette réalité comme étant extérieure à l'être humain, comme étant un objet dont le journaliste doit approcher et rendre compte le plus fidèlement possible.

Tout est dans « l'instantanéité » et la « transparence ». Un phénomène identique se produit sur le plan sociopolitique : on passe de l'idée selon laquelle il n'y a pas de démocratie sans espace public à une autre, plus aventureuse, selon laquelle « tout » doit être sur la place publique, la communication assurant la *transparence* des enjeux.⁶⁷

1.3.4 Le témoignage

Pour revenir à l'idéal démocratique qui est sensé le faire vivre, le journalisme contemporain se doit de revenir à la base de ce qu'il est sensé être : un témoin.

⁶⁶ Dominique Wolton, *Penser la communication*, p. 54

⁶⁷ *ibid.*, p. 52

En suivant l'étymologie et l'histoire du mot, on arrive à la description suivante : *marturia*, le témoignage, est l'acte ou le résultat de témoigner, c'est-à-dire d'attester, de déposer une conviction qu'on porte en soi, dont on se soucie, qu'on se rappelle, et pour laquelle on est anxieux.⁶⁸

Un témoin se doit par définition d'avoir un souci du monde, donc de ne pas être neutre au monde, de ne pas s'en extérioriser. Il s'agit d'un être évidemment subjectif, parce qu'en rapport d'intériorité face au monde, et qui reconnaît que le monde s'inscrit dans la durée, c'est-à-dire dans un temps historique et institué.

Aborder le journalisme avec une lentille subjective n'altère en rien l'aspect éthique nécessaire à sa bonne pratique : « Penser le témoignage comme un souci (souci de vrai, souci de rapporter fidèlement, souci de faire entendre et de donner à voir) force à reconnaître le travail de la subjectivité sur elle-même. »⁶⁹ Par son souci du monde qu'il appréhende, le témoin se doit de tourner vers lui-même la subjectivité avec laquelle il appréhende le monde. « Le souci du vrai qui habite le témoin l'ouvre à d'autres horizons que la seule opinion personnelle. Une normativité le préoccupe et le constitue. Le témoignage lie, dans sa parole et dans sa vie, le destin de la vérité avec sa propre destinée. »⁷⁰ Le témoin a les pieds ancrés dans la réalité parce que, en tant qu'être subjectif, il en fait partie et s'en sait responsable. Ce souci du monde le mène à se donner comme responsabilité de relater la réalité. « La racine indo-européenne sous-jacente au grec *martus* est *smer*, c'est-à-dire « penser », « se soucier », se souvenir ». Le témoignage se fait mémoire et mémorial. »⁷¹ Dans cette optique, nous ne pouvons que donner raison à Mona Chollet quand elle affirme que « la subjectivité n'est pas le narcissisme; elle en est même l'envers. »⁷²

Le témoignage est une médiation parce qu'il permet de porter un message d'un émetteur, soit une occurrence quelconque, vers un récepteur. En outre, il s'inscrit dans le

⁶⁸ Raymond Panikkar, in *Le passage du témoin, une philosophie du témoignage*, de Jean-Philippe Pierron, p.22

⁶⁹ Jean-Philippe Pierron, *Le passage du témoin, une philosophie du témoignage*, Paris : Éditions du Cerf, 2006, p. 22

⁷⁰ *ibid.*, p. 23

⁷¹ *ibid.*, p. 24

⁷² Mona Chollet. *La tyrannie de la réalité*, Paris : Calmann-Lévy. 2004, p. 147

temps, du fait qu'en ne pouvant s'effectuer simultanément à l'occurrence dont il rend compte, il témoigne d'une absence. Cela lui permet un écart par rapport à la réalité; il peut ainsi faire de cette occurrence quelconque un événement porteur de sens dans le monde, qui permettra lui-même à l'humanité de voir ensemble et d'agir vers un devenir commun signifiant. « La médiation du témoignage révèle donc que les échanges humains trouvent par la médiation de l'autre de quoi permettre l'accès, dans le champ théorique, à la profondeur de la vérité historique et, dans le champ pratique, à sa propre profondeur. »⁷³

C'est en tant que témoin que le journalisme contemporain accède, par la représentation, à l'élaboration d'un espace public en accord avec une mission démocratique. En se situant dans l'écart symbolique et en reconnaissant la médiation qu'implique son exercice, il peut mettre en place les conditions propices pour permettre à la société un « voir ensemble » éclairant son exercice démocratique. S'il ne se borne qu'à l'image et à l'immédiateté de chaque occurrence, il ne fait que poser la réalité comme un objet extérieur à l'être humain, donc un objet sur lequel celui-ci n'a ni accès, ni capacité d'action. Dans ce cas, il est illusoire, voire impossible, d'organiser un « agir commun » regroupant l'ensemble des citoyens au sein d'un système démocratique.

Pour résumer, le développement des médias de masse s'est effectué de paire avec celui de la démocratie libérale. Ceci explique en partie pourquoi les médias sont aussi importants dans la conceptualisation de l'espace public par Habermas. Ceux-ci sont en effet selon lui responsables de la mise en scène de l'espace public, donc du lien entre l'État et la société civile. Pour réaliser cette mise en scène, les médias doivent ainsi, par le biais d'un journalisme embrassant le rôle de témoin, effectuer une représentation de la réalité qui s'inscrive dans un horizon de sens, un espace de réflexivité. De cette façon, ils permettent l'éclosion d'un « voir ensemble » qui permet aux citoyens de se rejoindre dans un agir commun. Cette représentation est cependant menacée par la logique d'immédiateté et la représentation par l'image qui frappe le journalisme contemporain. C'est en orchestrant une telle représentation de la réalité que le journaliste peut être considéré comme un agent démocratique.

⁷³ Jean-Philippe Pierron. *Le passage du témoin*, p. 25

CHAPITRE II

L'INDUSTRIE MÉDIATIQUE QUÉBÉCOISE : CONCENTRATION ET INDUSTRIALISATION

Comme nous l'avons montré précédemment, le journalisme a grandement évolué à travers l'histoire. D'abord d'une capacité de production ainsi que d'un public limité, il s'est peu à peu développé pour aujourd'hui devenir une industrie médiatique ayant le pouvoir de rejoindre la vaste majorité des citoyens. Le Québec ne fait pas exception à ce phénomène. Comme d'autres pays, il a également été témoin d'une industrialisation de ses médias au cours des dernières décennies. « La recherche prioritaire de profit et la profusion d'alliances sans frontières, de fusions et de concentrations (...) caractérisent l'univers actuel des médias. »⁷⁴

L'industrialisation du journalisme, qui aurait réduit l'information au simple statut de marchandise, est un phénomène qui s'est développé au cours du XX^e siècle conjointement avec un autre phénomène : la concentration des médias. C'est par la concentration que les médias ont réussi à devenir de si puissantes industries, parmi les plus importantes des sociétés contemporaines. Aussi, parler de l'un revient à parler de l'autre, car chacun a avancé au cours des dernières décennies en raison de la progression de l'autre. L'objet de ce chapitre sera de comprendre comment ces phénomènes se sont constitués pour ensuite dresser un portrait de l'univers médiatique québécois suite à ces transformations, ainsi que l'impact de celles-ci sur la démocratie québécoise.

⁷⁴ Ignacio Ramonet, *La tyrannie des communications*, Paris : Édition Gallimard. 2001, p. 224

2.1 La concentration de la presse : définition

Marc Raboy, professeur en communication à l'Université McGill, définit la concentration de la façon suivante : « La concentration est le processus économique et financier qui caractérise un marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure. »⁷⁵ Au sein de l'industrie médiatique, ce concept renvoie non seulement à la concentration de la propriété des entreprises de presse, mais aussi à la concentration du contenu rédactionnel. Il existe divers types de concentration de la propriété, dont nous tenterons ici de dresser un rapide portrait.

La concentration horizontale, ou encore intégration horizontale, est définie par une « situation dans laquelle une entreprise contrôle, sur un territoire donné, plusieurs unités de production de même nature qui fabriquent des produits identiques ou similaires. »⁷⁶ C'est donc dire qu'une entreprise de presse préconisant la concentration horizontale possèdera, par exemple, plusieurs titres de journaux, plusieurs stations de télévision ou même plusieurs agences de publicité. Le groupe *GESCA*, qui possède sept quotidiens ainsi que quatre hebdomadaires à travers le Québec, représente un excellent exemple de ce type de concentration⁷⁷.

La concentration verticale est pour sa part mise en œuvre lorsqu'une entreprise parvient à contrôler différentes phases d'un processus de production. L'acquisition du réseau de télévision *CTV* par *Bell Canada Entreprises* (BCE) offre un très bon exemple de ce type de concentration : « Voilà en effet un groupe actif dans la distribution de signaux télévisuels (avec le service télévision par satellite *Bell ExpressVu*) qui devient propriétaire du plus important réseau privé de télévision au Canada. »⁷⁸ Gesca est également un excellent

⁷⁵ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec, Université Laval, février 2001, <http://www.assnat.qc.ca/fr/publications/rapports/rapcc2.html>

⁷⁶ *ibid.*

⁷⁷ Centre d'étude sur les médias. http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/POWER.html

⁷⁸ *ibid.*

exemple de cette pratique, puisqu'il possède plusieurs journaux et revues tout en possédant des imprimeries ainsi qu'un réseau de distribution (Messageries Dynamiques).

La propriété croisée, ou mixte, est observée lorsqu'une société possède des actifs au sein de deux ou plusieurs types de médias (journaux/télévision, radio/journaux, etc.). Le plus grand exemple, au Québec, de propriété croisée est *Quebecor*, qui possède le premier réseau de télévision privée au Québec, *TVA*, le câblodistributeur *Vidéotron*, ainsi que le quotidien québécois ayant le plus fort tirage, *Le Journal de Montréal*, et plusieurs magazines, ce qui lui donne un impact majeur sur l'univers médiatique québécois.⁷⁹

Finalement, un autre type de concentration est le conglomérat, aussi appelé intégration multisectorielle. « Une intégration est dite multisectorielle lorsqu'une entreprise possède un ou plusieurs types de médias différents et, dans le même temps, se trouve impliquée dans d'autres activités connexes. »⁸⁰ Si les exemples les plus connus de ce modèle sont principalement américains, comme *AOL-Time Warner* et *Vivendi Universal*, le Québec en est également témoin par le biais de Power Corporation. Étant impliquée dans le monde médiatique de façon majeure par sa filiale Gesca, cette entreprise est également active dans le secteur des services financiers, comme l'assurance-vie ou les fonds de placement. De plus, « à l'échelle internationale, sa participation dans *Pargesa Holding* lui accorde une présence importante dans quelques grandes entreprises européennes du domaine des communications, mais également de la production industrielle, de l'énergie et des services financiers. »⁸¹

L'avènement de l'ère numérique permet aujourd'hui aux médias des stratégies multimédias jusqu'ici inédites ainsi que la capacité de faire passer le contenu d'un média à un autre. Aussi, le phénomène de concentration de la presse apparaît désormais de façon beaucoup plus nette. « Le marché s'est organisé en un oligopole constitué d'un petit groupe de compagnies qui dominent tous les secteurs de l'industrie (...), de la radio, la télévision, la

⁷⁹ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec, Université Laval, février 2001, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

⁸⁰ *ibid.*

⁸¹ *ibid.*

musique et le cinéma jusqu'aux journaux, aux magazines et à l'édition de livres. »⁸² Ben Dagdikian, dans son livre *Media Monopoly*, concluait même qu'au début des années 1980, moins de cinquante compagnies contrôlaient la totalité du système médiatique américain. Il serait cependant faux de croire que ce phénomène est des plus récents.

2.2 La progression de la concentration de la presse

Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, la massification de la société ainsi que l'amélioration du niveau de vie des classes populaires, héritières de la révolution industrielle, ont permis une certaine démocratisation du journalisme ainsi que l'avènement des médias de masse au début du XX^e siècle.

Il y a cent ans à peine, les entreprises de presse naissent de la volonté des citoyens – issus en majorité de la nouvelle classe moyenne – d'exprimer leurs attentes et leurs convictions politiques. Sous l'effet de l'industrialisation, les fins commerciales prirent cependant le pas, là comme ailleurs, sur les visées idéologiques.⁸³

C'est donc à cette époque que s'entame au Québec une industrialisation des entreprises de presse, ce qui ne tarde pas à enclencher les premiers pas de la concentration de la presse.

Dès les années 20, le quotidien *La Presse* donne le jour à une station radiophonique à Montréal, *CKAC*, et en restera propriétaire jusqu'à la vente de celle-ci en 1969. Il s'agit là du premier cas de propriété médiatique croisée au Québec.⁸⁴ Comme le secteur privé se portait acquéreur des premières stations de radio, l'État décide donc d'intervenir afin de rapatrier au sein du secteur public ce nouveau média, initiative qui n'aura aucune suite par manque probable de volonté politique. C'est donc à cette époque que s'installe en matière de

⁸² Robert McChesney, *Propagandes, médias et démocratie*, Montréal : Éditions Écosociété, 2000, p.101

⁸³ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute, 2^e édition*, Montréal : Gaétan Morin éditeur, 2000, p.81

⁸⁴ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*.
<http://www.assnat.qc.ca/fr/publications/rapports/rapcc2.html>

radiodiffusion un système « mixte », qui allie la propriété publique et privée. Lors de l'avènement de la télévision, l'État en garde le contrôle par le biais de la Société Radio-Canada. Néanmoins, « à partir de 1960, le gouvernement conservateur de l'époque autorisa la création de stations de télévision privées et à caractère commercial. »⁸⁵ À partir de ce moment, le système mixte s'étend à la télévision, de même que la concurrence. L'arrimage de ce média au phénomène de concentration de la presse pourra par la suite se concrétiser.

2.2.1 Les quotidiens

Vers la fin des années 30, certains cas de concentration horizontale sont aussi à noter, par exemple le petit empire médiatique du sénateur Jacob Nicol, qui possède à l'époque cinq journaux ainsi que deux stations de radio à travers le Québec. S'il est possible de recenser des exemples de concentration de la presse à cette époque, le phénomène a cependant véritablement pris son envol après la Deuxième Guerre mondiale. « Aux États-Unis, en 1945, 80 % des propriétaires de quotidiens étaient indépendants. En 1989, la proportion est inversée: 80 % des quotidiens sont la propriété de chaînes. »⁸⁶

Au Québec, c'est durant les années 1960 que le phénomène de la concentration de la presse prend véritablement son envol. Lorsque Pierre Péladeau, éditeur d'hebdomadaires régionaux, profite en 1964 de la grève à *La Presse* pour créer *Le Journal de Montréal*, puis *Le Journal de Québec*, la question de la concentration de la presse ne se pose pas encore de façon très pressante.

En 1967 le journal *La Presse*, « le plus grand quotidien français d'Amérique », détenu par une famille de la grande bourgeoisie montréalaise, fut vendu à l'homme d'affaires Paul Desmarais – qui s'était fait remarquer quelques années auparavant lors de l'acquisition de trois quotidiens locaux (*Le Nouvelliste* de Trois-Rivières, *La*

⁸⁵ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, p.81

⁸⁶ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

Voix de l'Est de Granby et *La Tribune* de Sherbrooke) -, on commença à s'inquiéter quelque peu.⁸⁷

Si Paul Desmarais est devenu éditeur, il est avant tout reconnu en tant que grand entrepreneur en raison de la diversité de ses activités. Aussi, ses services d'édition allaient sous peu être regroupées sous deux sociétés, *Gesca ltée* et les journaux *Trans-Canada* (JTC), avant d'être intégrées par la suite à *Power Corporation*, « créée pour chapeauter l'ensemble des entreprises du nouveau magnat »⁸⁸.

Si les médias les plus puissants appartenaient déjà souvent à des représentants du grand capital, Paul Desmarais marque au Québec le premier exemple « de « barons de la presse » financiers qui, sans nourrir un intérêt particulier pour la presse comme telle, se mettent à faire l'acquisition de journaux à des fins essentiellement commerciales. »⁸⁹ Aussi, c'est à ce moment, estime le professeur Marc Raboy, que l'on commence à s'inquiéter du statut de la propriété des entreprises de presse au Québec. Ce bouleversement est d'ailleurs annonciateur des changements à venir dans le paysage médiatique québécois, les années 1970 étant marquées par une augmentation drastique de la concentration de la presse.

En effet, en 1970, 50,8% du tirage des quotidiens francophones du Québec était le fait de journaux indépendants, ce chiffre baisse dix ans plus tard à seulement 10%. Les publications de *Quebecor*, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, représentent désormais 46,5% du tirage, alors que le reste est assuré par Gesca, la filiale du groupe *Power Corporation*. Aussi, en 1980, « 94% des journaux francophones sont alors publiés à Montréal, et Toronto accapare de son côté 83% du tirage total des journaux anglophones du Canada. »⁹⁰

Les années 1980 et 1990 suivent par la suite cette tangente au Québec, si bien que Gesca et Quebecor se partagent désormais la presque totalité du marché des quotidiens au

⁸⁷ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, p.82

⁸⁸ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

⁸⁹ *ibid.*

⁹⁰ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, p.82

Québec. En 2006, la filiale de *Power Corporation* possédait 44,0 % du marché québécois, de même que 51,6 % du marché francophone, alors que sa rivale s'attirait pour sa part 38,7 % du marché total ainsi que 45,4 % du marché francophone. Il n'existait désormais plus qu'un seul quotidien indépendant au Québec, *Le Devoir*, qui ne publie qu'un maigre 2,6 % du tirage total et 3 % du tirage francophone.⁹¹ (Voir tableau 2.1 dans l'appendice A)

2.2.2 La radio

La radio est un média qui a résisté plus longtemps que la presse écrite au phénomène de concentration, en grande partie parce que ses activités sont contrôlées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Néanmoins, ce dernier a modifié ses règles en 1999 de façon à permettre à une entreprise de posséder jusqu'à quatre stations, deux AM et deux FM, au sein d'un marché comptant au moins huit stations. Cette modification permet ainsi aux propriétaires de stations de radio d'entrer dans le bal des fusions et de la concentration. Ainsi, au début de l'année 2008, le groupe *Astral* était le plus grand propriétaire de stations de radio au Québec, avec vingt-quatre. Suivent ensuite les groupes *Corus* et *RNC Média*, qui possèdent respectivement quinze et quatorze stations de radio à travers la province. « Au total, les trois groupes possèdent plus de la moitié des 100 stations de radio privées commerciales au Québec. »⁹² Le groupe *Cogeco*, bien qu'il ne possède que cinq stations, est cependant le troisième acteur, derrière *Astral* et *Corus*, en ce qui a trait aux parts de revenus et d'écoute, ses stations étant actives dans la région de Montréal et la région de Québec. « Ensemble, les trois entreprises sont créditées de 66 % de l'écoute et de 82 % des revenus de l'industrie. »⁹³

La propriété de la radio est également marquée par le phénomène des réseaux, soit des stations de radio à travers la province unies sous une même bannière. Il existe quatre

⁹¹ Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/ConcentrationQuotidiens.pdf>

⁹² Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la radio au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationradio.pdf>

⁹³ *ibid.*

grands réseaux de radio FM musicaux au Québec, soit *NRJ*, *Rock-Détente*, *Boom-FM*, qui sont les propriétés du groupe Astral, ainsi que *Rythme-FM*, qui est une propriété de Cogeco. Trois de ces quatre réseaux sont basés à Montréal. (Voir tableau 2.2 dans l'appendice A)

2.2.3 La télévision

La télévision est elle aussi un média qui a résisté longtemps à la concentration. Étant elle aussi, comme la radio, régie par le CRTC, elle n'a pas été, jusqu'à récemment, intégrée au mouvement de concentration de la propriété médiatique qui a marqué la presse au Québec. La télévision généraliste québécoise s'organise sur le mode du réseau, avec trois réseaux francophones, la *Société Radio-Canada* (SRC), *TVA* et *V*, anciennement *TQS*, de même que trois réseaux anglophones, la *Canadian Broadcasting Corporation* (CBC), *CTV* ainsi que *Global Television*. Chacun de ces réseaux est composé de stations de télévision qui sont affiliées sous leur bannière.

Les réseaux jouent un rôle très important dans la télévision québécoise : les stations de télévision diffusent presque en totalité les émissions du réseau auquel elles appartiennent ou auquel elles sont affiliées. La production locale des stations de télévision est réduite le plus souvent à des bulletins de nouvelles.⁹⁴

Les réseaux francophones se partagent la majorité des parts du marché télévisuel francophone au Québec (Voir Tableau 2.3)

Le premier réseau au Québec en ce qui a trait aux parts de marché, avec 27,7%, est *TVA*. Ce réseau est composé de dix stations à travers la province, dont six lui appartiennent. Son achat par le groupe *Quebecor* en septembre 2000, marque une étape importante dans la progression de la concentration au Québec, alors que le groupe dirigé par Pierre-Karl Péladeau est désormais propriétaire du réseau de télévision le plus regardé de même que du quotidien le plus lu ainsi que des principales revues culturelles. Bien qu'il y ait eu à l'époque

⁹⁴ Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la télévision au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationtele.pdf>

plusieurs oppositions à la transaction, celle-ci a été avalisée par le CRTC à l'été 2001, sous certaines conditions, notamment l'indépendance des différentes salles de nouvelles du groupe de même que la vente du réseau *TQS*, duquel *Quebecor* était jusque-là propriétaire. « *Quebecor* s'est aussi dotée d'un code de déontologie approuvé par le CRTC et a créé un comité de surveillance chargé d'examiner les éventuelles plaintes qui seront déposées contre le groupe. »⁹⁵ Celles-ci seront d'ailleurs nombreuses, émanant même parfois des journalistes à l'emploi des différents médias du groupe.

Le réseau *TQS* est quant à lui constitué de huit stations, dont cinq lui appartiennent. Propriété de Cogeco et de *Bell Globemedia* jusqu'en décembre 2007, il détenait en 2006 13,9% des parts du marché québécois. En proie à de graves difficultés financières, le réseau a cependant été vendu à l'entreprise québécoise *Remstar Diffusion* en août 2008, cette dernière se portant acquéreur de la totalité des actions de *TQS*⁹⁶ et rebaptisant le réseau *V* en septembre 2009. Une des premières décisions du nouveau propriétaire a cependant été d'abolir le service des nouvelles, décision approuvée par le CRTC, de sorte que *V* n'assure maintenant plus que « la diffusion de deux heures de nouvelles par semaine à Montréal et à Québec, dans le cadre d'au mois 15 heures de programmation locale par semaine à Montréal et de 10 heures à Québec. »⁹⁷

Le réseau de Radio-Canada compte quant à lui sept stations. Alors que la société d'État ne possédait auparavant que ses stations de Montréal et de Québec, elle s'est portée acquéreur en 2008 des stations CKSH-TV Sherbrooke, CKTM-TV Trois-Rivières et CKTV-TV Saguenay, anciennement des propriétés de *TQS inc.*⁹⁸ En 2006, les parts de *Radio-Canada* au Québec étaient de 13,6%.

⁹⁵ Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la télévision au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationtele.pdf>

⁹⁶ Robert A. Morin, *Lettre : Modification de la propriété - TQS inc. Demande 2008-1135-8 - Approuvée*, 27 août 2008, <http://crtc.gc.ca/fra/archive/2008/lb080827.htm>

⁹⁷ Paul Cauchon, « *TQS* survivra, à certaines conditions », *Le Devoir*, 27 juin 2008, p. A3

⁹⁸ Robert A. Morin, *Lettre : Modification de la propriété - TQS inc.*, <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2008/db2008-130.htm>

Le groupe *Radio-Nord* possède pour sa part cinq stations affiliées à l'un ou l'autre des réseaux, de sorte que la propriété des stations de télévision est concentrée entre les mains de trois principaux propriétaires : *Quebecor*, *Remstar* et *Radio-Nord*.

Dans les villes où un même groupe possède des stations affiliées à des réseaux concurrents (c'est notamment le cas de *Radio-Nord*), les émissions locales de ces stations sont produites, pour une large part, par les mêmes équipes et dans les mêmes studios, mais sous des bannières différentes.⁹⁹

Cet état de fait est accepté par le CRTC au sein de petits marchés qui ne pourraient pas faire vivre plusieurs propriétaires en concurrence.

Le développement de la câblodistribution puis de la télévision numérique a amené avec lui la naissance de services de télévision spécialisées, dont certains, comme *RDI (Radio-Canada)* ou *LCN (TVA)*. En 2008, au Québec, on dénombre 33 stations de télévision spécialisées francophones. La propriété dans ce secteur est également très concentrée, alors que le groupe *Astral Media* possède 12 de ces stations et *Quebecor* en possède 7.

La concentration de la propriété des entreprises de presse a suivi une évolution au cours du XX^e siècle, de sorte qu'elle est désormais présente dans toutes les variétés médiatiques. Elle s'est même ancrée sur internet, le site *Canoë* de *Quebecor* étant un bon exemple. Néanmoins, il ne faudrait pas croire que le phénomène n'a pas créé de remous au Québec. Au contraire, un débat public fait rage depuis longtemps sur la question.

2.3 Le débat sur la concentration de la presse

L'achat de *La Presse* par Paul Desmarais, en 1967, lance plusieurs initiatives à travers le Québec et le Canada afin de tenir un débat sur la concentration de la presse. « On ne s'étonnera pas que le spectre de la concentration et la menace – théorique tout au moins –

⁹⁹ Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la télévision au Québec et au Canada*. <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationtele.pdf>

à la liberté d'expression et au pluralisme de l'opinion que représentait ce phénomène de plus en plus envahissant »¹⁰⁰ génèrent les débats entourant la création, en 1969, de la fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ).

En 1968, le Sénat canadien crée le Comité Davey, un comité spécial chargé de se pencher sur la concentration des médias. Son rapport, déposé en 1970, pose la nécessité pour le gouvernement d'intervenir dans l'industrie des quotidiens afin de contrôler le phénomène de concentration de la propriété, que le comité juge trop important. En outre, il avance, sans oser faire un lien entre le type de propriété des journaux et la qualité de ceux-ci, que trop d'entreprises offrent « un produit dont la qualité est inférieure à ce qu'elles pourraient se permettre, compte tenu de la rentabilité de leurs activités »¹⁰¹. Face à ce constat alarmiste, le comité propose dans son rapport une série de mesures visant à freiner la concentration et, dans un contexte plus large, à améliorer la qualité de la presse.

Tout d'abord, le rapport Davey propose la création d'un conseil de surveillance de la propriété de la presse, lequel aurait le pouvoir d'approuver les fusions ou les acquisitions de journaux et de périodiques. Ce conseil devrait également avoir comme principe de base que « toutes les transactions qui augmentent la concentration de la propriété des moyens d'information sont indésirables et contraires à l'intérêt du public — à moins de preuve du contraire »¹⁰², par exemple si la survie du quotidien en dépend.

Le comité propose également la création, par le gouvernement, d'une caisse de prêts pour le développement des publications, qui permettrait l'aide financière aux entreprises d'éditions désirant se lancer en affaires. Il avance que cette proposition vise à préserver la pluralité d'opinions au sein de l'espace public canadien, à ce que « la voix la plus forte d'une collectivité n'en devienne pas inévitablement la seule »¹⁰³.

¹⁰⁰ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, p.82

¹⁰¹ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*,

<http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

¹⁰² Sénat du Canada, Comité spécial sur les médias de masse, vol. 1, *Le miroir équivoque*, Ottawa : Imprimeur de la Reine. 1970, p. 78

¹⁰³ *ibid.*, p. 290

Finalement, le Comité Davey propose la création d'un conseil de presse par l'industrie. Le gouvernement devrait rester absolument étranger en ce qui a trait à sa constitution et à son fonctionnement. Le comité émet également le souhait que ce conseil de presse représente davantage qu'un simple bureau de plaintes, mais qu'il joue aussi un rôle primordial dans l'élaboration d'un code d'éthique balisant les normes du travail journalistique. Cette proposition sera la seule du rapport Davey à être retenue, de sorte que quelques conseils de presse voient le jour à travers le Canada, dont celui du Québec en 1973.

En 1980, le gouvernement canadien lance une commission d'enquête sur les quotidiens, la Commission Kent, suite à la fermeture des journaux *The Tribune*, de Winnipeg, et *The Journal*, d'Ottawa. La Commission commande ainsi de nombreuses études visant à cerner toutes les facettes de la concentration de la presse au Canada. « Le rapport juge inacceptable le degré de concentration dans cette industrie et recommande des mesures très fermes pour non seulement prévenir une accentuation de cette tendance, mais pour corriger la situation prévalant alors. »¹⁰⁴ Les principales inquiétudes émises par la Commission portent sur le rôle de la presse dans le débat démocratique. Elle s'inquiète en outre d'une homogénéisation du contenu rédactionnel dans le domaine du reportage et des affaires publiques, phénomène causé selon elle par la nette progression de la concentration de la propriété des entreprises de presse en 1970 et 1980.

La concentration aurait mené à une diminution des points de vue différents sur les questions d'intérêt public provinciales et nationales et ainsi à une certaine uniformité de la presse. C'est pourquoi la Commission

recommande l'adoption d'une Loi sur les journaux au Canada. Contrairement au Comité Davey qui proposait de juger au cas par cas les transactions accroissant la concentration, la Commission Kent veut interdire toute nouvelle concentration importante de la propriété et du contrôle des quotidiens.¹⁰⁵

¹⁰⁴ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

¹⁰⁵ *ibid.*

Elle suggère également de limiter la propriété des médias par un même groupe à cinq quotidiens et à 5% du tirage national, avançant en outre que la concentration provenant d'une chaîne possédant plusieurs quotidiens régionaux de même qu'un journal à portée nationale représente un pouvoir trop important. Le rapport Kent va même jusqu'à appeler au dessaisissement par certains groupes de certains de leurs journaux.

La Commission va encore plus loin dans ses efforts pour assurer la santé démocratique des médias, en suggérant de « garantir par contrat l'autonomie des rédacteurs en chef, qui auraient l'entière responsabilité des contenus d'information et répondraient de toutes les dépenses de la rédaction dans les limites d'un budget établi annuellement par le propriétaire. »¹⁰⁶ Elle recommande également, dans le même ordre d'idée, d'interdire l'émission ou le renouvellement par CRTC d'une licence de radiodiffusion à des entreprises dont le propriétaire possède également des journaux. Ces recommandations, ainsi que plusieurs autres, ont comme but d'assurer l'indépendance rédactionnelle des journaux dont le propriétaire pratique la concentration de la propriété et ainsi assurer la diversité médiatique nécessaire à l'exercice de la démocratie. Si cette recommandation fut mise en application en 1982, elle eut un impact marginal et fut rapidement mise au carreau par le gouvernement conservateur en 1985 : « Cette directive prévoyait toutefois des exceptions « dans l'intérêt du public », et, pendant la période où elle a été en vigueur (jusqu'à son retrait par le gouvernement Mulroney), les exceptions se sont appliquées à presque tous les cas entendus par le Conseil. »¹⁰⁷

La Commission Kent a tenté d'alerter le gouvernement canadien face aux dangers de la concentration de la presse, mais force est d'admettre que son rayonnement et son application pratique furent des plus limités. Plus de vingt ans plus tard, le commissaire Tom Kent affirme même que, si un nouvel examen de la question s'avère nécessaire, la situation

¹⁰⁶ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

¹⁰⁷ Joseph Jackson, « La propriété des journaux au Canada : aperçu des études du comité Davey et de la Commission Kent ». 17 décembre 1999, <http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/BP/prb9935-f.htm>

est telle que « la plupart des recommandations du rapport de 1981 ne pourraient être appliquées »¹⁰⁸.

Le débat entourant la concentration de la presse est par la suite revenu sur la place publique de façon récurrente, particulièrement durant les années 2000, alors que l'acquisition de *Vidéotron* et *TVA* par le groupe *Quebecor* a défrayé les manchettes et soulevé plusieurs questionnements, tout comme les transactions entre les géants de la radio *Astral* et *Corus*.

2.4 Les enjeux et répercussions de l'industrialisation de l'information

Comme nous l'avons vu plus tôt, le journalisme et les médias jouent un rôle primordial dans l'exercice de la démocratie libérale. Aussi, il est clair que les transformations évoquées précédemment, marquant une industrialisation progressive de l'information, ont un impact direct sur l'exercice de la démocratie.

Si le rôle du journalisme est de concourir à la construction de l'espace public, il devrait donc avoir comme guide l'intérêt public, soit ce dont la population d'une démocratie a besoin pour avoir une représentation juste de son monde et ainsi être capable d'exercer son rôle citoyen. Or, dans un système capitaliste, la première responsabilité d'une entreprise est envers ses actionnaires, de sorte qu'elle se doit de prioriser ses intérêts économiques. Il appert que les intérêts économiques tendent à prendre le pas sur ceux des citoyens.

Nous comprendrons que cette dynamique, par ailleurs tout à fait légitime dans le secteur privé, et les interventions subtiles ou directes de certains propriétaires sur les contenus peuvent contribuer à restreindre la liberté dont doivent jouir les journalistes dans l'exercice de leurs fonctions et les créateurs et les citoyens dans leurs expressions.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Casey Mahood, " Press Ownership : Feds reconsider after 20 years : Who's fit to print the news? ", *The Globe and Mail*, 4 mai 2000, p. B16

¹⁰⁹ Yves Théorêt. « La concentration et la propriété mixte des entreprises culturelles et des médias d'information au Canada », *Communication*, vol 21. no2, printemps 2002, p. 131

2.4.1 La centralisation de l'information

L'industrialisation de l'information et la concentration de la presse se font sentir d'abord au niveau de la diversité de l'information. Si nous vivons dans ce qu'Ignacio Ramonet appelle « la société de l'information globale (...), dont le développement est à la mesure de l'expansion des technologies de l'information et de la communication »¹¹⁰, il est ironique d'observer une baisse drastique du nombre de sources d'information.

La diminution du nombre de propriétaires de médias peut expliquer en partie le recul dans la diversité de l'information, mais n'est pas la seule raison. En effet, on peut observer une centralisation des sources d'information depuis les années 1980, tant au Québec et au Canada qu'à travers le monde. Ainsi, dans un souci de compressions budgétaires, les médias ont eu « tendance à centraliser en partie la couverture de l'information parce que cela permet de rationaliser l'emploi des ressources. »¹¹¹ Cette centralisation s'effectue tant au niveau géographique qu'administratif.

Une centralisation géographique s'effectue lorsqu'un média décide de négliger certaines parties du territoire qu'il dessert afin de prioriser les grands centres où se trouve la majorité de son public. Par exemple, la télévision du réseau CBC, réseau national anglophone canadien, a décidé de réduire au début des années 1990 la couverture des actualités locales et provinciales afin de se concentrer sur les métropoles comme Toronto ou Montréal. Une telle décision a des répercussions directes sur les franges de la population éloignées de ces grands centres : « Comme l'a dit un témoin francophone au Nouveau-Brunswick, les auditeurs des régions n'ont rien à faire des embouteillages de Montréal, tandis qu'ils n'entendent pas parler des nouvelles locales qui les concernent. »¹¹²

¹¹⁰ Ramonet, Ignacio. *La tyrannie des communications*, p. 225

¹¹¹ Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, juin 2006, <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

¹¹² *ibid.*

La centralisation administrative peut également avoir lieu lorsqu'un média décide de diminuer son nombre d'employés et de distribuer en compensation des nouvelles standardisées à travers son territoire. Le réseau canadien *CanWest Global* a par exemple créé une salle de presse centrale, le *Canadian News Desk*, duquel il distribue dans toute la chaîne une grande quantité d'informations télégraphiées. Le groupe de journaux *Gesca* est également très friand de ce mode de centralisation. Alors qu'auparavant chacun des journaux du groupe publiait des articles qui lui étaient propres, les articles circulent désormais à travers les différents journaux du groupe, de sorte qu'on peut lire des articles de *La Presse*, journal montréalais, dans *Le Soleil* de Québec ou *La Tribune* de Sherbrooke et vice-versa.

Auparavant, de nombreux journaux locaux avaient des correspondants à Ottawa qui couvraient l'actualité fédérale pouvant avoir un impact sur les auditoires locaux. De nos jours, la plupart des chaînes couvrent principalement l'actualité fédérale et parlementaire à partir d'un seul bureau central.¹¹³

Cela permet de réduire considérablement le nombre d'employés et les dépenses, mais nuit grandement à la diversité de l'information.

Une autre forme de centralisation administrative peut être observée à travers l'usage de plus en plus répandu des agences de presse. Déjà à l'époque, la Commission Kent faisait état de la suppression de plusieurs postes de courriéristes parlementaires ainsi que d'une augmentation du recours aux agences de presse. « De nos jours, entre le tiers et la moitié du contenu rédactionnel des journaux canadiens provient d'agences de presse, aussi appelées services de dépêches ou agences d'information. »¹¹⁴ Les bureaux à l'étranger sont également victimes de ce type de centralisation. Ainsi, suite à des compressions budgétaires, plusieurs médias à travers le monde ont décidé de couper dans leurs dépenses à l'étranger. Au Canada, le groupe *Gesca* ne compte que trois bureaux à travers le monde, alors que *Radio-Canada* en a douze et *CanWest Global* seulement deux. Les médias américains ne sont pas en reste. À titre d'exemple, « dans les années 1980, le réseau *CBS* avait 28 bureaux à l'étranger, alors

¹¹³ Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

¹¹⁴ *ibid.*

qu'il n'en a plus que quatre »¹¹⁵. Une telle situation est porteuse de conséquences importantes pour nos démocraties, souligne le journaliste James Travers dans le cadre d'une audience devant le Comité sénatorial permanent des transports et des communications :

Si nous voulons nous comprendre et être des citoyens à part entière de la communauté mondiale, si nous voulons saisir l'importance d'événements en évolution constante, il faut que nos journaux aient les ressources nécessaires pour jouer leur rôle. Sans ces ressources, les lecteurs, les salles de nouvelles et la qualité des débats publics subiront un tort irréparable.¹¹⁶

2.4.2 L'opinion publique à la merci d'entreprises

Si la concentration de la presse et l'industrialisation de l'information au Québec tendent à nuire de façon inquiétante à la diversité de l'information, il ne s'agit peut-être pas de leur impact le plus dangereux sur la démocratie québécoise. En effet, ces phénomènes menacent également de prendre en otage ce qui se trouve à la base même d'une démocratie libérale : l'opinion publique. « La concentration de la propriété a pour effet de livrer à un groupe de plus en plus en plus restreint de grandes entreprises l'un des plus importants supports de l'opinion publique. »¹¹⁷ Cette situation, causée selon Marc Raboy par une recherche du profit maximal, menace non seulement la diversité culturelle de même que toute forme d'expression jugée non rentable, mais peut également mener à une domination politique de l'information, ce qui va à l'encontre de tout ce que représente la démocratie.

Le journaliste américain et auteur Ben Bagdikian, au début des années 1980, avançait que le journalisme était en train de perdre, par sa marche vers la concentration et l'industrialisation, sa capacité à analyser le rôle et la nature du pouvoir des entreprises au sein du système capitaliste. « Il signalait que la portée des débats journalistiques sur le capitalisme

¹¹⁵ Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol11-f.htm>

¹¹⁶ *ibid.*

¹¹⁷ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, p.81

et le pouvoir des compagnies était à peu près du même ordre que celle des débats dans les médias soviétiques sur la nature du communisme et les activités du Parti communiste. »¹¹⁸ Or, comme nous l'avons vu plus haut, ce phénomène n'est allé qu'en s'accroissant depuis la parution de l'ouvrage de Bagdikian.

Il est inutile de nier l'intérêt commercial que représente la concentration, la centralisation ou la fusion pour les entreprises médiatiques. Plus une entreprise médiatique contrôle les différentes chaînes de sa production, plus elle parvient à faire des profits, par l'addition des bénéfices engendrés à chacune de ces étapes. L'exemple du groupe Quebecor est d'ailleurs très éloquent, puisque celui-ci applique cette logique à la lettre. Par exemple, lorsque Quebecor Media diffuse l'émission de télévision *Star Académie* sur son réseau de télévision, il s'assure également de profiter de ses quotidiens et de ses nombreux magazines culturels, eux-mêmes imprimés par les imprimeries appartenant à une autre branche du groupe, pour en faire la promotion. Aussi, lorsqu'il produit les disques et autres produits dérivés découlant de son émission à succès, Quebecor peut également compter sur sa chaîne de magasins spécialisés dans le domaine culturel, Archambault, pour en assurer la vente. « « Maîtriser toute la chaîne », telle est en effet l'ambition des nouveaux colosses des industries de l'information, qui, pour y parvenir, continuent de multiplier les fusions, les acquisitions et les concentrations. »¹¹⁹ Cette logique est telle que les grandes entreprises médiatiques visent, et réussissent de plus en plus, à se poser en tant que fournisseur de nouvelles, de données, de loisirs, de culture ou encore de services professionnels à partir de toutes les plateformes médiatiques disponibles tout en contrôlant et en encourageant l'interconnectivité par le biais des différentes technologies de communication disponibles, telles que le téléphone ou l'internet.

Mark Cristin-Miller, professeur en communication à l'Université de New York, relate l'exemple suivant:

¹¹⁸ Robert McChesney. *Propagande, médias et démocratie*, p.102

¹¹⁹ Ignacio Ramonet. *La tyrannie des communications*, p. 240

En 1991, on voyait parfois les opposants à la guerre, mais on ne les entendait jamais parler devant une caméra. Ces médias appartiennent à de grands conglomerats, dont certains ont un intérêt dans l'industrie de guerre. La chaîne NBC est la propriété de General Electric, un des principaux fournisseurs de l'armée. En 1991, ce n'était pas un hasard, NBC avait le ton le plus guerrier...¹²⁰

Il devient difficile, devant des exemples évidents tels que celui-ci du contrôle de l'information dans une optique pécuniaire, de croire toujours à l'indépendance et à la liberté de la presse.

En 1981, la Commission Kent avançait que « la liberté de presse n'est pas l'apanage des propriétaires de médias. Elle est un droit du peuple. »¹²¹ En observant la façon dont évolue la situation des médias de masse, Marc Raboy réplique pour sa part que la liberté de presse s'est plutôt sublimée au profit de la liberté d'entreprise. D'un point de vue économique, l'argument appuyant la concentration et l'industrialisation de l'information est que ces derniers permettent l'éclosion de grandes sociétés médiatiques, financièrement solide, leur permettant du même coup pérennité et rayonnement, ce qui est sensé assurer la stabilité de l'espace public.

2.4.3 La multiplication de l'offre

L'industrialisation et la marchandisation de l'information mènent également à un autre phénomène : la multiplication de l'offre médiatique. En effet, nous pouvons observer qu'il existe en ce moment plus de produits médiatiques que jamais, et ce, sous toutes les formes, presses écrites comme médias électroniques. Ainsi, nous avons vu apparaître depuis les années 1980 de nouvelles revues ainsi qu'un nombre impressionnant de chaînes de télévision spécialisées, alors que la taille des journaux quotidiens a gonflé avec le temps afin de traiter d'un éventail plus large de sujets. Or, si on peut observer une multiplication des plates-formes médiatiques, issues de la concurrence économique, il serait faux de penser

¹²⁰ Mark Cristin-Miller, *Le Monde*, 22 février 1998, in Ignacio Ramonet, *La tyrannie des communications*, p. 240

¹²¹ Marc Raboy, *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, p.90

qu'elle vient compenser les reculs de la diversité de l'information engendrés par la concentration médiatique.

Cette multiplication de l'offre a plutôt donné lieu à l'émergence de produits médiatiques aux intérêts ciblés, tels que la musique, le sport ou le voyage. Ces sujets, s'ils sont intéressants pour les consommateurs, ne sont pas nécessairement signifiants dans une optique démocratique. Ces plates-formes médiatiques servent ainsi davantage à rendre compte d'industries culturelles plutôt qu'à permettre une représentation commune du monde. Dans cette optique, peut-on vraiment désigner le travail qui en découle comme étant du journalisme? « La plupart de nos nouvelles sont inertes, elles sont constituées d'informations qui nous procurent un sujet de conversation, mais ne peuvent nous amener à aucune action significative. »¹²²

Nous pouvons également observer dans la naissance des chaînes d'information spécialisées les pratiques ayant mené à la logique d'immédiateté qui sévit dans le journalisme contemporain. La concurrence entre les différentes entreprises de presse ne se trouve pas au niveau de la qualité du traitement affecté à une nouvelle, mais plutôt à celui de la rapidité avec laquelle elle a été diffusée. Aussi, ceci empêche les journalistes de traiter en profondeur les informations, évacuant ainsi une bonne part de la réflexivité inhérente au travail journalistique.

La multiplication de l'offre médiatique a également donné lieu à un autre phénomène : le décuplement de l'espace médiatique à remplir par les médias. Ceci implique un impératif de publication et de diffusion d'informations, peu importe la pertinence de celles-ci. « Se peut-il que nous ayons trop d'espace à notre disposition? Qu'il ne se passe pas assez d'événements significatifs dans notre petit monde pour combler toutes ces pages blanches? »¹²³

¹²² André, Pratte. *Les oiseaux de malheur*. Montréal : VLB Éditeur. 2000. p. 172

¹²³ *ibid.*, p. 184

Ces phénomènes, néfastes pour la qualité de l'information et pour le journalisme contemporain, émanent du contexte de concurrence féroce implanté par les quelques compagnies médiatiques ayant survécu à la concentration de la propriété. « Les pressions de la concurrence et de l'information continue ont forcé ces « portiers » à se faire de plus en plus indulgents, suivant l'argument douteux que l'information est *là* de toute façon. »¹²⁴

2.4.4 L'encadrement gouvernemental

Si les entreprises de presse et le système économique actuel sont pointés du doigt face à ce déclin de la santé médiatique canadienne et québécoise, les gouvernements doivent également assumer une part du blâme, en raison de leur appui, maintes fois répétés, aux forces du marché. La liberté de presse étant un des principes majeurs de notre système politique, il est toujours délicat pour les gouvernements démocratiques de légiférer sur la propriété médiatique. Néanmoins, comme l'avance le comité sénatorial permanent des transports et des communications, « le cadre législatif et réglementaire doit favoriser la diversité, sans s'ingérer dans les nouvelles, le contenu rédactionnel des informations ou la discussion des affaires publiques »¹²⁵ et le gouvernement fédéral a plusieurs responsabilités face à cette mission :

Si nous ne sommes pas en mesure de démontrer, comme tant d'autres, qu'il existe un lien causal entre la raréfaction de la propriété et la raréfaction de la diversité, l'inverse est également vrai. La création de structures oligopolistiques et hégémoniques, qui engendre un « doute raisonnable » chez plusieurs, devrait cependant interpeller l'État en ce qu'elle est susceptible de nuire à la pluralité des contenus et de l'information comme au bon fonctionnement du marché.¹²⁶

¹²⁴ André, Pratte, *Les oiseaux de malheur*, p. 174

¹²⁵ Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

¹²⁶ Yves Théorêt. « La concentration et la propriété mixte des entreprises culturelles et des médias d'information au Canada ». *Communication*, 132

D'une part, le gouvernement canadien finance les réseaux publics nationaux, SRC et CBC, et dispose de deux instances ayant autorité sur les médias privés : le CRTC et le Bureau fédéral de la concurrence. Ceux-ci ont quelques lois et programmes à leur disposition afin de maintenir un relatif contrôle des médias (Voir tableau 2.4 dans l'appendice A).

Les lois afin d'encadrer le milieu médiatique canadien, tel que le suggérait le Comité Davey et la Commission Kent, existent et peuvent être appliquées. Le problème ne se trouve donc pas uniquement au niveau des lois, mais plutôt au niveau de la volonté politique. D'une part, le Bureau de la concurrence apporte aux entreprises médiatiques une analyse économique qu'il présente de la façon suivante : « Le Bureau s'efforce d'assurer le caractère concurrentiel du marché canadien et de faire en sorte que toute la population canadienne profite des avantages de prix concurrentiels, d'un choix de produits et de services de qualité. »¹²⁷ Ceci signifie que le Bureau porte uniquement son attention sur les prix des différents médias, ou encore sur le coût des publicités, pour définir la qualité de l'industrie médiatique canadienne. Ces indicateurs ne peuvent cependant être appropriés en ce qui a trait à l'industrie médiatique, puisqu'ils n'abordent pas la question de la diversité de l'information et des opinions, préférant s'en tenir à une analyse purement économique.

D'autre part, le CRTC « se concentre surtout sur l'intérêt public en matière de radiodiffusion, par exemple le genre de musique que diffusent les stations de radio, et suit plutôt une optique de laisser-faire à l'égard des nouvelles et de l'information. »¹²⁸ Aussi, s'il s'attarde à la viabilité financière des diffuseurs canadiens ainsi qu'à l'offre de contenu canadien, le CRTC n'intervient pas dans les émissions de nouvelles et d'information. Il n'a donc que peu d'impact sur la diversité et la qualité du contenu des médias privés canadiens. En fait, le mandat du CRTC, en ce qui a trait au contenu est de :

favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des

¹²⁷ Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

¹²⁸ *ibid.*

valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien.¹²⁹

En ce qui a trait aux médias écrits, la situation est tout aussi préoccupante. Le principal impact concret de la Commission Kent, outre l'avancement du débat public, a consisté en la création de six nouveaux conseils de presse à travers le Canada aux cours des deux années suivant le dépôt du rapport. Ces organismes ont malheureusement une capacité d'action limitée. Celui du Québec, à titre d'exemple, est considéré comme «*the most dynamic press council in North America*»¹³⁰ par David Pritchard, chercheur à l'école de journalisme de l'Université de l'Indiana. Il est constitué de sept membres du public, dont le président, six représentants des médias participants ainsi que de six journalistes. Son rôle est de tenir des forums qui « discutent de cas précis, rapportés par des lecteurs, où un journal aurait mal rempli son rôle d'information. »¹³¹

Il ne parvient cependant pas à exercer une influence permettant de contrer les décisions prises par les propriétaires allant à l'encontre de l'intérêt démocratique du public. Parce qu'il n'est pas doté des moyens, tant financiers que légaux, nécessaires pour faire face aux entreprises de presse, le Conseil de Presse du Québec ne représente qu'un tribunal d'honneur permettant à la population de prendre connaissance de fautes commises par les médias. Il n'a cependant « aucune influence vis-à-vis de certains effets étendus de la concentration de la propriété, par exemple l'homogénéisation des contenus »¹³², et n'est donc muni que d'une autorité morale.

¹²⁹ Article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* dans Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, juin 2006, <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

¹³⁰ David Pritchard, « Press Councils as Mechanisms of Media Self-Regulation », dans Jacques Zylberberg et François Demers (sous la dir.), *L'Amérique et les Amériques/America and the Americas*, Ste-Foy, Presses de l'Université Laval, 1992, p. 106

¹³¹ Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

¹³² *ibid.*

À la lumière de ce que nous venons de voir, l'information représente une forme de pouvoir charnière dans l'exercice des démocraties occidentales. En concourant à l'élaboration d'une représentation commune, le journaliste tient un rôle de témoin et de courroie entre les citoyens et le politique. Le contexte dans lequel il exerce son métier a cependant grandement évolué au cours du XX^e siècle. Le journalisme contemporain a en effet été marqué par une industrialisation de son exercice ainsi que par une multiplication de ses services, alors que de grandes entreprises de presse ont vu le jour et ont développé un contrôle important des différents types de médias. Ce phénomène soulève des interrogations par rapport à la capacité du journaliste contemporain à pratiquer son métier selon les principes démocratiques qui sont inhérents à celui-ci.

CHAPITRE III

L'AVIS DES JOURNALISTES

Nous venons de cerner plus haut ce qu'est la mission démocratique du journalisme. Nous avons ensuite dressé un portrait de l'industrie médiatique québécoise, en ce qui a trait aux médias de masse, afin de comprendre dans quel milieu le journaliste québécois exerçait son métier. Nous voulons dans ce mémoire observer la mission démocratique du journaliste par rapport à la façon dont il exerce son métier. Il nous a fallu pour y arriver définir une méthode d'enquête permettant de définir son rôle dans notre démocratie. Après en avoir envisagé plusieurs, nous avons opté pour la technique de l'entretien. Nous avons donc rencontré cinq journalistes, travaillant au sein de différents types de médias, afin de recueillir leurs observations par rapport à leurs conditions de travail. À la lumière des observations effectuées dans les chapitres précédents, nous présenterons tout d'abord notre question de recherche et l'hypothèse que soutient ce mémoire. Nous rendrons compte ici de notre démarche méthodologique puis nous orchestrerons une discussion à partir des entretiens que nous avons eus avec ces journalistes.

3.1 Question de recherche et hypothèse

Nous avons démontré plus haut le lien serré qui unit le journalisme et la démocratie. En concourant à la construction d'un espace public au sein duquel les citoyens peuvent échanger des informations, le journalisme permet une représentation commune du monde, un « voir ensemble » vital à l'exercice de nos démocraties modernes. À travers les informations qu'il partage avec la société, à travers les témoignages qu'il livre, le journalisme permet aux citoyens d'exercer leurs devoirs démocratiques et donne à la société la possibilité d'un agir

commun rendu sans les médias difficile en raison d'une massification de la société. Nous avons également observé comment le journalisme et la démocratie s'étaient développés de paire à travers l'histoire, démontrant que le journalisme est une condition de fonction de la démocratie moderne.

Parallèlement à cela, nous avons dressé un portrait de l'industrie médiatique québécoise d'aujourd'hui. Nous y avons vu que celle-ci a été marquée au cours des dernières années par un phénomène de concentration de la propriété des entreprises de presse, amenant avec lui une industrialisation et une marchandisation croissante de l'information. Les constats que nous avons ressortis par rapport à l'industrie médiatique québécoise nous font nous questionner par rapport à la possibilité qu'a le journaliste québécois d'exercer son métier en accord avec la mission démocratique qui lui a historiquement été confiée. Aussi, la question de recherche qui anime ce mémoire est la suivante : le journaliste contemporain québécois remplit-il toujours aujourd'hui la mission démocratique qui lui a historiquement été attribuée?

La mission démocratique attribuée au journaliste sous-entend que celui-ci permet une représentation commune du monde, dans laquelle il témoigne des tensions qui anime ce monde. Comme nous l'avons dit plus haut, l'essence démocratique du journalisme se trouve dans l'art d'articuler le « voir ensemble », dans un écart de réflexivité permettant à cette représentation de s'inscrire dans un horizon de sens compris par la société. La logique économique animant l'industrie médiatique québécoise tend à vouloir transformer l'information en simple marchandise, en privilégiant les intérêts privés des entreprises de presse au profit de l'intérêt public. Dans un contexte où le souci du journaliste n'est plus d'inscrire son témoignage dans horizon de sens au nom de l'intérêt public mais de produire des informations permettant à son employeur de développer ses intérêts économiques, le journaliste devient selon nous un travailleur de l'information, qui produit des informations à la chaîne comme d'autres travailleurs produisent des voitures sur des chaînes de montage. C'est pourquoi notre hypothèse est la suivante : le journaliste contemporain n'est plus un agent démocratique, mais est plutôt devenu un simple technicien de l'information.

3.2 L'entretien : une technique d'enquête

Il existe plusieurs techniques de recherche en sciences sociales, comme l'analyse de contenu ou le questionnaire. Notre objectif étant d'appréhender l'expérience des journalistes œuvrant dans les médias de masse québécois, nous avons choisi comme outil de collecte de données l'entretien, car celle-ci « offre un accès direct à l'expérience des participants »¹³³, ce qui est primordial pour nous permettre de comprendre le rapport que les journalistes entretiennent avec leur métier.

3.2.1 Définition de l'entretien

Plusieurs termes dans la langue française sont utilisés pour désigner la technique d'enquête que l'anglais nomme « interview », les plus répandus étant l'entrevue ou l'entretien. Or, selon Madeleine Grawitz, le terme entrevue, s'il semble être la traduction la plus littérale, recèle dans notre langue un sens différent de sa contrepartie anglophone. « Il comporte une nuance utilitaire, un élément d'arrangement en tout cas d'exception, dont rend compte l'expression « ménager une entrevue ». »¹³⁴ Quant à l'anglicisme interview, il est, selon elle, porteur dans le langage courant d'un aspect journalistique, spectaculaire. C'est la raison pour laquelle nous adopterons le terme entretien pour définir notre méthode de recherche. Grawitz définit l'entretien, au sens technique, comme un « procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication verbale, pour recueillir des informations, en relation avec le but fixé. »¹³⁵

L'entretien nous est apparu la meilleure option méthodologique pour plusieurs raisons. Tout d'abord, l'entretien est une technique d'enquête bien adaptée à l'analyse qualitative, qui sera de mise par rapport à nos objectifs de recherche. Il permet également

¹³³ Luc Bonneville, et. al., *Introduction aux méthodes de recherche en communication*, Montréal : Gaétan Morin, 2006, p. 178

¹³⁴ Madeleine Grawitz, *Méthode des sciences sociales, septième édition*, Paris : Précis Dalloz, 1986, p. 718

¹³⁵ *ibid.*

d'appréhender et de comprendre la réalité personnelle de l'acteur duquel nous voulons être informés. Aussi, à travers les différents entretiens que nous avons réalisés, nous pouvons selon Jean Poupart dégager une compréhension plus large sur la réalité de son groupe :

À défaut d'autres sources de données telles que l'analyse documentaire et l'observation directe, ou encore parallèlement à ces autres sources, l'interviewé est vu comme un informateur clé susceptible précisément « d'informer » non seulement sur ses propres pratiques et ses propres façons de penser, mais aussi, dans la mesure où il est considéré comme « représentatif » de son groupe ou d'une faction de son groupe, sur les diverses composantes de sa société et sur ses divers milieux d'appartenance.¹³⁶

Selon cette approche, Poupart définit l'informateur comme un témoin privilégié sur la foi duquel un chercheur peut tenter de reconstituer la réalité. À partir des entretiens que nous avons eus avec des journalistes, nous espérons donc pouvoir observer les tendances qui animent le métier de journaliste au Québec en 2009.

Pour ce faire, nous avons opté pour des entretiens à questions ouvertes. Ce type d'entretien se caractérise par « des questions précises, libellées d'avance, suivant un ordre prévu. »¹³⁷ Cette technique est semblable à l'entretien centré étudié par Merton, dans la mesure où son objectif est de centrer l'attention de l'enquêté sur une expérience particulière, un thème particulier. Elle est cependant beaucoup plus contraignante pour l'enquêteur. Contrairement à l'entretien centré, les questions sont prédéterminées et laissent peu de liberté au chercheur dans le déroulement de l'entretien. Ces questions sont ouvertes, car elles laissent à l'enquêté la liberté de répondre comme il l'entend, dans le cadre de questions.

Nous avons opté pour ce type d'entretien en raison de son caractère plus rigoureux en ce qui a trait aux thèmes abordés. Afin d'orchestrer une discussion entre les journalistes que nous avons rencontrés, il était primordial que nos entretiens soient standardisés, de sorte que nos enquêtés répondent aux mêmes questions. Cette initiative permet d'éviter que la

¹³⁶ Jean Poupart, et. al., *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal : Gaétan Morin, 1997. p. 181

¹³⁷ Madeleine Grawitz, *Méthode des sciences sociales*, septième édition, p. 718

formulation des questions influe sur les réponses d'un enquêté à l'autre sur sa compréhension de celles-ci, même s'il ne faut pas oublier que « les divers sujets peuvent les interpréter de différentes façons. »¹³⁸ En même temps, comme les questions ne sont pas fermées, elles permettent des réponses plus complexes, à contenu plus profond et ne limitent pas la durée des entretiens. Ayant identifié différents concepts liés à la mission démocratique du journalisme et dressé un portrait de l'industrie médiatique québécoise, nous avons ainsi établi une série de questions basées sur ces concepts et observations afin d'apprendre comment ceux-ci affectent les journalistes québécois.

3.2.2 L'échantillon

Pour choisir les journalistes que nous allions rencontrer, nous nous sommes basés sur un type d'échantillonnage non probabiliste, ce qui fait que nous ne les avons pas choisis de façon aléatoire. Nous avons plutôt privilégié un échantillonnage par choix raisonné, qui est selon Luc Bonneville bien adapté aux recherches qualitatives. « Le postulat fondamental sur lequel repose l'échantillonnage par choix raisonné est que le chercheur peut faire le tri des cas à inclure dans l'échantillon et ainsi composer un échantillon qui réponde de façon satisfaisante aux besoins de sa recherche. »¹³⁹ La tactique à privilégier dans ce type d'échantillonnage est de choisir des cas typiques de la population qui nous intéresse, en l'occurrence les journalistes québécois.

Notre échantillon est composé de cinq journalistes québécois issus des différents types de médias que nous avons observés au chapitre 2. Nous avons de ce fait rencontré des journalistes œuvrant pour la presse écrite, la télévision et la radio. Ce sont également tous des journalistes d'expérience, de sorte qu'ils sont à même d'observer si les changements qui se sont opérés dans l'industrie médiatique québécoise ont affecté le journalisme d'ici.

¹³⁸ Claire Sellitz, et. al., *Les méthodes de recherche en sciences sociales*, Montréal : Les Éditions HRW, 1977, p. 311

¹³⁹ Luc Bonneville, et. al., *Introduction aux méthodes de recherche en communication*, Montréal : Gaétan Morin. 2006, p. 95

Finalement, ils exercent leur métier au sein de différentes « spécialisations », comme l'économie ou la politique.

Nous avons privilégié un échantillon composé de journalistes issus de médias variés afin d'obtenir une vision de la situation médiatique québécoise établie selon ses différentes facettes. Notre objectif étant d'établir une analyse du rôle démocratique du journaliste québécois à partir d'une extrapolation de leurs observations, il était important d'établir un échantillon représentant les différentes déclinaisons du journalisme exercé dans les médias de masse. C'est donc la variété qui a été notre principal critère dans l'élaboration de notre échantillon. Il est à noter que, bien que ce soit tous des hommes, le genre n'a pas été un critère d'échantillonnage. Cette situation résulte des aléas de la recherche et nous sommes conscients qu'il s'agit d'une limite de notre échantillon.

3.3 La présentation des journalistes

Nous avons rencontré cinq journalistes exerçant ou ayant exercé leur métier dans des médias de masse québécois. Voici une brève présentation de leurs parcours professionnels, afin de permettre une mise en contexte des propos qu'ils tiendront plus loin dans ce mémoire.

Vincent Marissal :

M. Marissal commence à exercer le journalisme à *La Voix de l'Est*, un quotidien de Granby, comme relève d'été, en 1991. Il devient avec le temps permanent dans ce journal, en plus de travailler au journal étudiant *Montréal Campus*. En 1993, il passe au quotidien *Le Soleil* de Québec, où il est notamment affecté à la couverture de l'Assemblée nationale. En 1997, il commence à travailler à *La Presse* et à couvrir pour ce quotidien la Chambre des communes à Ottawa. Après être devenu adjoint au directeur de l'information en 2001, M. Marissal revient à l'écriture à l'automne 2002 en tant que chroniqueur politique, poste qu'il occupe encore aujourd'hui. En tant que chroniqueur politique, il collabore également régulièrement avec *Radio-Canada*, *Télé-Québec* ainsi que certaines radios privées en région.

Gary Arpin :

Gary Arpin a exercé pendant vingt ans le métier de journaliste, œuvrant à la télévision et à la radio publique ainsi qu'à la télévision privée. Il a d'abord travaillé pour *Radio-Canada* ainsi que pour *TVO*, un télédiffuseur éducatif public ontarien. M. Arpin est ensuite passé à la télévision privée en travaillant trois ans chez *Global*, à Montréal. Il a par la suite travaillé durant sept ans au réseau *TQS* à Montréal en tant que reporter. En raison de la fermeture du service des nouvelles de *TQS* en 2008, il travaille maintenant dans le domaine des relations publiques.

Jocelyn Laberge :

Journaliste pendant près de quarante ans, M. Laberge a passé la majorité de sa carrière à la radio de *Radio-Canada*. Après s'être initié au journalisme en région durant ses études collégiales et universitaires, il commence à travailler à Montréal. D'abord journaliste généraliste, il passe aux affaires municipales de 1974 à 1977, période durant laquelle la métropole québécoise accueille les Jeux olympiques. Il abordera durant la suite de sa carrière plusieurs dossiers, comme la politique, l'énergie, les élections fédérales, provinciales ou municipales, les dossiers autochtones, le développement économique ou le développement des ressources naturelles. Comme il le dit lui-même : « Il y a une seule chose que je n'ai pas faite, c'est le ménage! ». Après avoir pris sa retraite en 2002, il est devenu chargé de cours à l'Université du Québec à Montréal et donne des cours de journalisme radio.

Michel Van de Walle :

Journaliste depuis 1978, M. Van de Walle entame sa carrière au service de radio francophone de *La Presse canadienne*, *Nouvelle Télé Radio*, d'abord à Montréal puis rapidement à Québec pour couvrir l'Assemblée nationale. En 1986, il retourne travailler à Montréal pour le service écrit de *La Presse quotidienne*, afin de couvrir l'économie. C'est finalement en 1992 qu'il accepte l'emploi qu'il occupe aujourd'hui, soit celui de journaliste et de chroniqueur en économie pour le *Journal*

de Montréal. C'est donc dire que M. Van de Walle a 31 ans d'expérience dans le domaine du journalisme.

Alain Gerbier :

C'est à l'âge de 19 ans, au quotidien régional français *La nouvelle république du centre-ouest*, que Alain Gerbier a commencé sa carrière de journaliste. Trois ans plus tard, alors qu'il refuse de faire son service militaire, M. Gerbier commence un périple qui le verra travailler en Allemagne et en Afghanistan, avant qu'il émigre au Canada. Après deux années à Toronto, qu'il qualifie de purgatoire et durant lesquels il s'efforce d'apprendre les spécificités culturelles, politiques et sociales du Canada, il devient journaliste à l'hebdomadaire *Les Affaires*, collabore au quotidien *Le Devoir* et fait partie de l'équipe de fondation du quotidien *Le jour*, en compagnie notamment de René Lévesque et Jacques Parizeau. Il part ensuite travailler pour l'*Agence France Presse*, au Canada, aux États-Unis et au Mexique, poste qu'il occupera pendant dix ans. Il travaille en outre au quotidien français *Libération* de 1981 à 2001. En plus de travailler pour une douzaine de quotidiens à travers le monde, M. Gerbier a également fait du journalisme radio pour *France 3*, *Radio France outremer* et même un peu de télévision pour *RFO*, affecté à la couverture du Canada pour l'archipel de Saint-Pierre et Miquelon. Finalement, il est chargé de cours à l'Université du Québec à Montréal et donne notamment des cours en écriture magazine et en écriture d'opinion.

3.4 Les résultats d'entretiens

Nous avons eu des entretiens séparés avec chacun de ces journalistes et chacun d'eux a eu à répondre aux mêmes questions. Dans un souci de cohérence et afin de permettre de dégager un sens à partir de ces entretiens, nous nous proposons ici d'orchestrer une conversation entre les cinq intervenants. Cette conversation traitera des thèmes et concepts abordés durant les deux premiers chapitres de ce mémoire et selon lesquelles nos questions ont été développées. Ces thèmes sont l'espace public, l'image, la concentration de la

propriété des entreprises de presse, l'opposition entre l'intérêt public et les intérêts privés des entreprises de presse, la diversité de l'information, le rythme selon lequel le journalisme est exercé à l'ère des transformations technologiques, la multiplication des plates-formes médiatiques, les mécanismes de contrôle des médias ainsi que le rôle du journalisme. Si cette conversation se nourrira d'extraits des entretiens, vous pouvez néanmoins trouver les transcriptions complètes de nos entretiens dans l'appendice B.

3.4.1 L'espace public

Selon Vincent Marissal, l'espace public est en fait la société en général, la communauté en général. « C'est un ensemble de cercles plus ou moins près du citoyen dans lequel il se meut, dans lequel il s'épanouit, malheureusement dans lequel il subit parfois. » Sous sa lunette de chroniqueur politique, ces cercles vont du municipal à l'international, en passant par le provincial et le fédéral. Jocelyn Laberge avance une vision semblable de l'espace public, en terme de cercles d'intérêts dont le journaliste doit rendre compte : « Le social, l'économique, le politique. Si c'est l'activité économique et politique, le journalisme a un rôle fondamental, puisque son travail est en quelque sorte d'informer la population (...) ». Michel Van de Walle avance dans le même sens : « C'est l'ensemble des rapports sociaux, qu'ils soient au niveau culturel, au niveau politique, au niveau économique. »

Alain Gerbier définit pour sa part l'espace public comme « un espace relativement restreint. L'espace public, si je le traduais de façon concrète, c'est l'ancien forum romain, un espace où les gens se rencontrent. » Il lui pose trois composantes, l'espace universitaire, l'espace médiatique, dans lesquelles évoluent les différents médias, et l'espace politique, soit les différentes chambres de représentation politique, comme l'Assemblée nationale. Vincent Marissal le rejoint dans son parallèle avec le forum romain : « C'est un peu la version moderne du crieur au Moyen-âge ou même dans la cité romaine où on envoyait quelqu'un avec un parchemin pour crier les dernières nouvelles et tout le monde se réunissait pour l'écouter. » C'est pourquoi il avance que l'espace public est également un espace physique.

Bien que ses assises aient évolué, l'espace public demeure un endroit où la population va pour être informée.

Pour Gary Arpin et Michel Van de Walle, l'espace public se définit aussi dans l'opposition entre espace public et espace privé. Ainsi, Arpin affirme que « l'espace public, c'est les affaires publiques. C'est tout ce qui n'est pas du domaine privé, mais qui a une incidence quand même. » Van de Walle en ajoute aussi :

Tout ce qui ne relève pas de la vie privée, strictement privée, individuelle, pour moi c'est l'espace public. Alors, tout ce qui se passe à l'extérieur de la vie privée, pour moi c'est l'espace public, qui est un champ et un sujet qui peut faire l'objet d'information.

Les médias prennent quant à eux leur place dans l'espace public en tant que carrefour permettant à la collectivité de se renseigner et de réagir. Vincent Marissal dit d'ailleurs : « Les médias sont directement liés et impliqués au premier chef dans l'espace public, puisque c'est le carrefour privilégié de l'espace public. » Gary Arpin pose pour sa part le journaliste au cœur de l'espace public en tant que « l'espèce de courroie de transmission dans une société moderne où les médias modernes, la radio, la télé, l'internet, se substituent à d'anciennes formes de socialité. » C'est pourquoi le journaliste est sensé, selon lui, « relayer aux individus privés les informations nécessaires pour fonctionner en tant que société. » Michel Van de Walle affirme pour sa part que « pour le journalisme, dans le sens informer, ces lieux là sont des lieux potentiels qui peuvent servir à alimenter l'information publique. »

3.4.2 L'image et la représentation

L'image est un concept qui peut être abordé de plusieurs façons. Elle peut être très concrète, comme une photographie ou un vidéo, ou encore davantage symbolique, comme une image de marque. L'une comme l'autre ont cependant un impact sur la représentation que le journalisme fait du monde. Vincent Marissal observe d'ailleurs une tendance grandissante

à privilégier de plus en plus l'image au sens symbolique dans l'exercice journalistique et qui découle peut-être en partie des développements technologiques ayant permis à l'image concrète un potentiel de diffusion jusqu'ici inégalé :

Surtout ces années-ci, avec l'omniprésence de la télévision, les chaînes en continu, internet maintenant qui de plus en plus abandonne le texte pour aller vers youtube, la culture de l'image, du prémâché, c'est incontournable, on ne peut pas ne pas en tenir compte. Le danger, c'est de ne faire que ça et le défi, c'est d'aller un peu plus loin.

Marissal avance une situation d'ordre technologique qui explique la montée de l'utilisation de l'image concrète par les médias :

Parce que maintenant il y a des caméras partout, tout le monde a un appareil photo sur son téléphone cellulaire, on peut prendre à peu près tout en direct tout le temps. C'est assez rare qu'il n'y ait pas une forme de documentation d'un événement, même s'il est absolument insipide et insignifiant.

Gary Arpin reconnaît lui aussi l'importance de l'image dans le journalisme contemporain :

Donc, l'image c'est important, et les journalistes qui se disent objectifs, froids et très neutres face à tout ça se laissent influencer malgré tout. Il va y avoir des codes de reconnaissance culturelle dans la simple image, dans la simple façon qu'une personne se présente.

Il donne en exemple la couverture journalistique entourant la course à l'investiture du Parti Démocrate aux États-Unis opposant Barack Obama à Hillary Clinton en 2008. Alors que les deux candidats tentaient de mener leur campagne sous la bannière du changement, l'image qu'ils projetaient dans les médias était très différente. Si Clinton se présentait devant les médias entouré de Bill Clinton et Madeleine Albright, trois personnes relativement âgées et qui mènent une vie politique depuis longtemps, Obama se présentait en tant que potentiel premier afro-américain à briguer la présidence des États-Unis, entouré de sa femme et ses deux jeunes filles. « Avant même d'ouvrir la bouche. Obama va avoir l'air beaucoup plus

crédible que Hillary (...))», avance Arpin. C'est pourquoi il affirme que l'image joue un rôle de premier plan dans l'exercice journalistique :

Ces images-là sont très fortes, et les journalistes les décodent et les intègrent, malgré eux parfois, pour se faire un jugement sur ce qui peut se dire par après et ça influence beaucoup notre perception des enjeux et notre façon, par exemple, de rapporter les événements.

Alain Gerbier abonde dans ce en affirmant que « le journaliste construit son univers à partir d'un certain nombre d'images, qui sont en quelque sorte des sortes d'icônes, de fixations. »

Sans vouloir excuser le journaliste de donner à l'image une place prépondérante dans l'exercice de son travail, Gerbier avance qu'il s'agit d'un phénomène normal, car le journaliste est d'abord et avant tout un être humain :

D'abord, parce que le journaliste, au départ, comme n'importe quel individu, il a un certain nombre de déterminismes. Il a été conditionné, à la fois par son environnement physique, par son environnement social, par son environnement économique.

Dans cette optique, il serait selon lui pour le moins optimiste de croire que le journaliste échappe aux préjugés inhérents à son processus de socialisation : « Donc le journaliste il n'échappe pas du tout à ça. Et donc le journaliste va avoir au départ un certain nombre d'images, de préjugés, et en plus il est obligé de continuellement construire son information. »

Michel Van de Walle note pour sa part que l'impact de l'image sur le travail journalistique prend de l'ampleur avec l'avènement des évolutions technologiques ayant marqué le journalisme : « (...) il y a une tendance, depuis l'avènement de la télé à surfer davantage sur l'information qu'à l'approfondir. » Il observe également que les élites politiques ou les dirigeants d'entreprises se préoccupent grandement non seulement de leur

image physique, mais également de celle qu'ils projettent. Or, le journaliste ne doit pas selon lui se reposer sur celles-ci dans l'exercice de son travail :

Que ce soit l'image de n'importe qui, il faut pouvoir aller au-delà de cette image-là et aller davantage, je ne dis pas nécessairement d'aller au fond des choses parce que c'est jamais toujours possible, mais il faut au moins aller au fond de l'image pour arriver à révéler les aspects, les éléments, qui sont cachés derrière cette image-là.

Or, Vincent Marissal se fait relativement pessimiste face à la représentation que le journalisme fait de la société : « (...) je pense qu'on court vers un appauvrissement de la nouvelle qui est basée sur le spectaculaire, sur le voyeurisme même. »

Jocelyn Laberge se fait encore plus critique sur la représentation effectuée par le journalisme québécois : « La critique porte principalement sur le fait que la presse en général aujourd'hui n'arrive pas à témoigner de la réalité, donc l'image qu'elle donne de ce qui se passe dans la société est peut-être un peu trop floue. » C'est pourquoi il avance l'idée que la population doit maintenant se tourner vers un journalisme plus local, plus citoyen, si elle veut obtenir une représentation conforme de sa société :

Ce qui semble vouloir se déterminer dorénavant, c'est que l'image de la société que les journalistes vont rendre, il y en aura deux. Il y en aura une qui sera globale, loin de la réalité, et une qui sera plus proche de la réalité, qui viendra du rapprochement entre les journalistes et les citoyens.

Si Vincent Marissal reconnaît que le journalisme est sur une pente dangereuse, il croit pour sa part qu'il peut encore faire son travail de représentation s'il demeure vigilant :

Pour le moment je pense qu'on n'est encore pas si mal mais il va falloir faire attention avec la diminution du nombre de soldats, de journalistes, parce qu'on diminue, on est moins nombreux, et l'appât de la facilité, de mettre quelque chose sur un blogue quatre fois par semaine, à partir d'une photo par exemple.

Michel Van de Walle se montre plus optimiste. Il affirme que, si l'utilisation de l'image comme mode de représentation est très répandue dans les médias contemporains, il est encore possible pour un journaliste de refuser de jouer ce rôle : « L'image de marque de quelqu'un, d'une entreprise ou d'une institution, peu m'importe. Moi, j'essaie en tout cas, ça peut influencer, entre guillemets, mais ce n'est pas quelque chose qui me préoccupe. »

3.4.3 La concentration de la propriété des entreprises de presse

Comme nous l'avons vu plus haut, la concentration de la propriété des entreprises de presse est un phénomène qui a grandement marqué l'industrie médiatique québécoise au cours des dernières années. C'est pourquoi nous avons interrogé nos intervenants par rapport à l'impact de ce phénomène sur l'exercice du travail journalistique, la diversité de l'information et l'intérêt public.

La concentration de la propriété des entreprises de presse a des effets directs sur le journalisme québécois, rapporte d'entrée de jeu Vincent Marissal : « Ça affecte nécessairement le journalisme. (...) c'est ce que j'observe chez Quebecor, où leurs journaux sont devenus des machines à *spinner* ¹⁴⁰ leurs affaires, leurs nouvelles, leurs fausses nouvelles et surtout leurs shows de télé. » C'est donc dire que, selon lui, la convergence médiatique impose un aspect corporatif à la couverture effectuée par les médias. Michel Van de Walle pense la même chose : « Plus une entreprise est importante, plus d'une part cette entreprise-là va avoir tendance à faire parler d'elle dans ses propres journaux. C'est le problème de la convergence. »

Ainsi, le journaliste du *Journal de Montréal* reconnaît que la concentration croisée qui est de mise au sein du groupe médiatique qui l'emploie, *Quebecor*, affecte le contenu rédactionnel de son quotidien :

¹⁴⁰ Faire la promotion

Pour prendre un exemple simple, connu, évident, quand Star Académie fonctionne, c'est sûr que dans le *Journal de Montréal*, il y a plus d'espace consacré à Star Académie qu'il ne va y en avoir dans *La Presse*. Parce que c'est une filiale, et qu'en plus t'as de la promotion, ce qui fait que t'as toujours l'impression d'avoir juste des pages de Star Académie alors que le travail journalistique ce n'est pas ça non plus. Le travail journalistique, l'espace rédactionnel, est limité, mais ça va apparaître de cette façon là.

Gary Arpin observe lui aussi cette tendance. L'industrie médiatique québécoise est construite selon lui en oligopole, de sorte que le travail des journalistes en ressent les effets : « Il y a l'empire Quebecor contre l'empire Gesca, et quelques indépendants à travers tout ça et Corus. Donc la concentration fait en sorte que le journaliste est souvent orienté vers des histoires qui sont dictées par un empire médiatique. » Michel Van de Walle pense qu'une telle situation peut poser problème aux journalistes québécois :

Les journalistes on essaie de résister à ça dans la mesure du possible, parce qu'on n'est pas des agents promotionnels de l'entreprise. Alors, il y a cet aspect là qui peut être fatigant, qui peut être plus fatigant pour d'autres. Mais quand même ça pose un certain nombre de problèmes, parce qu'une entreprise qui prend de plus en plus d'espace, c'est de plus en plus difficile de couvrir, parce que tu peux te sentir parfois davantage sous surveillance.

Vincent Marissal observe également que l'organisation administrative des entreprises de presse et la rivalité qui existe entre elles viennent empiéter sur le travail des journalistes : « On voit aussi les jobs de bras que les empires se font les uns envers les autres (...). On gaspille des ressources et du temps à non pas sortir nos propres nouvelles, mais à démonter celles des autres. » Jocelyn Laberge le seconde sur cette idée :

Si c'est dans le *Journal de Montréal*, les journalistes de *La Presse* vont se faire reprocher, si c'est chez *Corus*, les journalistes de *Radio-Canada* à la radio vont se faire reprocher, si c'est chez *TVA*, les journalistes de *Radio-Canada* à la télévision vont se faire reprocher de ne pas l'avoir couvert.

Dans cette rivalité qui anime les quelques grands groupes médiatiques québécois, le grand perdant est, de l'avis de tous les journalistes que nous avons rencontrés, la diversité de l'information :

- Jocelyn Laberge : « Il y a une normalisation qui se crée, une normalisation dans le sens où tout le monde va dire la même chose. »
- Gary Arpin : « Il y a moins de diversité qu'il y en avait, je pense. Encore là, ce sont les empires. »
- Vincent Marissal : « Le reste, c'est que ça diminue la diversité. »
- Alain Gerbier : « Parce qu'il y a un discours qui est un discours unique, (...) il n'y a pas de diversité dans le discours de la presse. »
- Michel Van de Walle : « À partir du moment où t'as des entreprises de presse qui sont plus concentrées, ce qui est la tendance c'est qu'au lieu d'avoir plusieurs sources, (...) tu vas avoir de moins en moins de journalistes sur le même événement. »

Gary Arpin affirme qu'il existe un lien direct entre la concentration de la propriété des entreprises de presse et une diminution de la diversité de l'information : « Il y a des études aux États-Unis même qui démontrent que plus on est concentré, moins on couvre de sujet, il y a moins de concurrence pour trouver la bonne histoire. » Michel Van de Walle avance quant à lui que c'est la diminution du nombre de sources, inhérente à la concentration, qui menace le plus la diversité de l'information. Il donne en exemple le nombre de journalistes affectés à la couverture des travaux à l'Assemblée nationale, à Québec : « Quand j'étais là à l'époque du référendum, on était une centaine de journalistes, 80 ou 100 journalistes. Je ne sais pas combien ils sont rendus maintenant, mais ils sont au moins la moitié moins. » Jocelyn Laberge a observé lui aussi ce phénomène dans la couverture du processus démocratique québécois :

Conséquence : on a vu disparaître les postes de journalistes à l'Assemblée nationale. Alors, la concentration dans un seul groupe, ou dans deux groupes comme c'est le cas présentement dans l'écrit au Québec, avec *Gesca* d'un côté et *Quebecor* de l'autre, on voit apparaître une uniformisation de l'information.

Jocelyn Laberge observe que la concentration croisée a un effet néfaste sur la diversité de l'information au sein même des filiales d'un groupe de presse :

Regardons la concentration *Quebecor* : télé, journaux, magazines et *peoples*. On s'alimente entre soi. Il n'y a plus ce mur qu'avait exigé à l'époque le CRTC entre *Quebecor* et TVA, par exemple. Les règles ont changé. L'impact de cela, c'est que l'un s'alimente de l'autre, et l'autre s'alimente de l'un.

Michel Van de Walle donne un exemple d'une telle situation : « Ce que produit TVA se retrouve dans *Le Journal de Montréal*. Le matin, *Le Journal de Montréal*, la première chose qu'ils lisent à TVA c'est ça, et ça devient la manchette du matin. » Il en rajoute en affirmant que « C'est comment tout ça se fait, comment tout ça se renvoie les uns aux autres, et ça devient un problème de diffusion de l'information, et d'accès à des sources diversifiées pour recueillir l'information. » C'est pourquoi Jocelyn Laberge affirme que « Tous se cannibalisent, en quelque sorte, donc c'est l'information qui est cannibalisée, c'est l'information qui est normalisée, et à partir de ce moment-là c'est l'information qui perd de sa particularité, de sa personnalisation. »

Alain Gerbier croit que, dans le climat régnant dans l'industrie médiatique québécoise, le manque de diversité se trouve dans le contenu même des différents médias :

Aujourd'hui le problème, ce n'est pas le nombre de quotidiens, c'est la diversité. C'est-à-dire qu'aujourd'hui, si on ouvre *La Presse*, je vais voir dans *La Presse* ce que j'ai entendu cinquante fois à la radio la veille, le matin, etc. J'ouvre *Le Devoir*, je vais voir la même chose, je vais voir le *Journal de Montréal*, je vais voir la même chose. Pourquoi? Parce que l'obsession aujourd'hui n'est pas d'avoir un scoop, c'est de ne pas avoir de ratages. Ça veut dire que tout le monde tient le même discours, tout le monde raconte la même chose, et c'est archi malsain. C'est même suicidaire en ce qui concerne le journalisme.

Jocelyn Laberge observe lui aussi le même phénomène : « C'est ça la normalisation de l'information : on répond à une norme, la même pour tout le monde. » Il va également plus loin en affirmant que « de ce temps là, on se tient dans le dénominateur commun. C'est ça

l'impact de la concentration de la presse : tout devient tout et dans tout. Il n'y a plus de personnalité rattachée à un média. »

Si la concentration croisée privilégiée par *Quebecor* est grandement décriée quant au rôle qu'elle joue sur la diversité de l'information, la concentration horizontale exercée par le groupe *Gesca* est également mise au banc des accusés. Cette fois, c'est l'information régionale et municipale qui se trouve à être la victime d'une convergence géographique des médias québécois. Vincent Marissal note une uniformisation des médias à la grandeur du Québec :

J'ai été invité à aller donner un discours à un forum jeunesse en Abitibi, à Rouyn-Noranda et à Amos. Les gens me le disent là-bas, ce n'est pas la première fois que j'entends ce constat là et ce n'est pas qu'en Abitibi, il y a un appauvrissement de la culture locale. Donc une montréalisation de la nouvelle, une dépersonnalisation aussi, même une acculturation parce que l'on ne parle plus de ce qui se passe localement.

Il ajoute aussi que « rendu en Gaspésie, j'imagine que les histoires de compteurs d'eau de Montréal sont anecdotiques, mais pas fondamentales pour la vie démocratique de la place. » Alain Gerbier donne un exemple qui explique comment ce phénomène est une conséquence de la concentration de la propriété des entreprises de presse :

Autrefois un journaliste du *Soleil* faisait un papier propre à Québec, un journaliste de Montréal faisait un papier propre à Montréal, un journaliste de *La Tribune* faisait un papier propre aux Cantons de l'Est. Aujourd'hui, c'est pratiquement le même texte qui va tourner dans les trois régions, donc on perd la spécificité. Et qui est, si j'ose dire, le titre dominant? C'est *La Presse*. Donc, en fait, on va privilégier ce qui est montréalais par rapport à ce qui est trifluvien ou ce qui est sherbrookoïse.

Vincent Marissal note que ce phénomène est également facilement observable à la télévision, où plusieurs salles de nouvelles ont été abolies à travers le Québec. Cette tendance a selon lui un impact néfaste sur la représentation que les médias font des régions québécoises :

En télé notamment, c'est très visible. Je reprends mon exemple abitibien, les gens là-bas ne se voient plus à la télé, ils ne voient plus ce qu'ils font. Ils sont un peu désespérés de ça parce que c'est leur vitrine, c'est leur miroir, c'est comme s'il n'y avait plus de miroir dans une maison, on ne voit jamais notre reflet, on n'est jamais capable de voir si on est croche ou comment en est.

Jocelyn Laberge affirme pour sa part qu'un phénomène connexe s'est imposé à Montréal au niveau de l'information municipale et communautaire :

À propos de la normalisation, en politique municipale il y a 20 ans, l'hebdomadaire de Villeray couvrait la politique municipale. Tout ça a disparu avec ce que j'appelle la normalisation, c'est-à-dire l'acquisition par *Transcontinental* de tous les hebdomas locaux. Maintenant, il n'y a plus de couverture politique. Tu regardes *Le reflet du plateau*, il n'y a rien. Avant, c'était des journaux dynamiques, qui parlaient de ce qui se passait réellement dans le quartier.

Alain Gerbier résume la situation de l'information à l'ère de la concentration de la presse :
« Alors, la concentration de la presse, ce qu'elle a apporté, c'est une espèce de voix unique, une espèce de pensée unique, et c'est ça sa principale faiblesse. »

À la lumière de ces constats, il est permis de se demander lequel, entre l'intérêt public et l'intérêt privé des entreprises de presse, est privilégié dans l'exercice du travail journalistique. Si les journalistes que nous avons rencontrés s'entendaient tous en ce qui a trait à la diversité de l'information, ils sont plus divisés face à l'importance accordée à l'intérêt public dans les médias de masse québécois.

Vincent Marissal affirme que l'intérêt public est ce qui guide la manière dont il exerce son métier, avouant être encore assez naïf pour croire que l'intérêt public prime dans la salle des nouvelles de son employeur. « Parce que je pense que si il n'y avait que les intérêts privés et nécessairement commerciaux, pécuniaires de nos propriétaires, on serait muselé ou il y aurait des choses qu'on ne pourrait pas dire. » Il explique cette opinion par les histoires parfois choquantes que son journal publie parfois : « Je ne pense pas que ça fait leur affaire quand on déculotte des ministres, surtout si ils sont de la même famille politique, mais on ne nous met pas de bâtons dans les roues (...) ». Aussi, il croit que les journalistes, où à

tout le moins ceux travaillant à *La Presse*, peuvent encore exercer leur métier au nom de l'intérêt public : « On sort encore des nouvelles, on est encore capable de jouer notre rôle de chien de garde dans la démocratie. » C'est pourquoi il affirme de façon catégorique qu'il n'a « jamais eu comme considération dans l'exercice quotidien de mon travail les intérêts privés de mes propriétaires. »

Michel Van de Walle est du même avis que son collègue: « Dans la pratique, dans mon cas, moi c'est l'intérêt public qui est toujours déterminant. L'intérêt privé de l'entreprise, moi ça ne me regarde pas. » Il ajoute également que son rôle n'est pas de recueillir et de diffuser de l'information en fonction des intérêts de son employeur :

(...) je vais toujours le faire, sans égard à l'intérêt privé de mon entreprise. Même si ça peut causer des problèmes à mon entreprise, ce n'est pas de mon ressort d'en juger. S'il y a un événement important qui mérite d'être couvert, je vais aller le couvrir, sans égard aux intérêts de mon entreprise.

La seule situation où son travail peut potentiellement être influencé par la direction de son journal est selon lui s'il y a des craintes de poursuites judiciaires :

C'est sur qu'il y a des cas comme ça où l'intérêt privé entre guillemets de l'entreprise, elle ne veut pas avoir une poursuite de 25 millions sur le dos, parce que telle information a été diffusée. Mais généralement, c'est des cas extrêmement rares, très litigieux (...).

En dehors de ces cas exceptionnels, Van de Walle pose l'intérêt public au sommet de ses préoccupations journalistiques : « Moi c'est l'intérêt public d'abord, je suis là pour informer les gens. Je ne suis pas là pour faire une job de promotion de mon entreprise, ou d'être utilisé par mon entreprise pour mousser ses propres filiales. »

Van de Walle apporte néanmoins une nuance à son propos. S'il affirme sans hésitation que les journalistes québécois sont avant tout animés par l'intérêt public, il reconnaît que les entreprises médiatiques possèdent le pouvoir de décider de ce qui sera couvert et publié :

Ce que la direction décide, ça ne relève pas des journalistes. Nous les journalistes, on couvre. Si la directrice de section décide qu'on couvre tel événement plutôt que tel autre, ultimement, quand t'es journaliste, si on te dit « tu vas couvrir ça », tu vas le couvrir.

Ainsi, les journalistes ne sont par exemple pas consultés en ce qui a trait au choix de ce qui sera publié en page titre : « Mais là, la décision de la direction, ce n'est pas les journalistes qui prennent cette décision là. C'est la direction qui décide de jouer tel événement plutôt que tel autre. Donner priorité à tel événement plutôt que tel autre, ce n'est pas les journalistes. »

Marissal tient pour sa part à clarifier un point : les propriétaires de quotidiens font passer leur point de vue par le biais de la page éditoriale, qui est prévue à cet effet :

Je pense que ce qui est très clair et qui faut qu'il soit compris et respecté, c'est qu'il y a des propriétaires à mon journal comme tous journaux. Eux, ils sont ce qui sont, ils ont le droit, c'est leur journal et on a établi clairement en Amérique du nord que la page éditoriale, c'est la page des propriétaires. Autrement dit, c'est là que l'on va retrouver nécessairement le point de vue ou la ligne de pensée des propriétaires.

Cette pratique est selon lui tout à fait acceptable, du moment qu'il existe une séparation franche et hermétique entre la rédaction et la direction d'un journal, ce qu'il croit être le cas :

Ça fait sept ans que je suis chroniqueur dans une période extrêmement houleuse, intense. J'ai commencé à être chroniqueur politique, le premier ministre du Canada s'appelait Jean Chrétien, c'est le père de la femme de notre propriétaire. S'il y avait eu toutes les interférences, le contrôle que l'on dit qu'il y avait parfois sur *La Presse*, je n'aurais pas fait deux mois, ça aurait été invivable. Or, ce n'est pas le cas. On n'est pas parfait, mais on n'est pas tout croche non plus.

Michel Van de Walle tient également à ce que cette pratique soit claire. C'est pourquoi il insiste qu'il « faut faire une distinction entre le travail journalistique et les distinctions éditoriales qui sont prises par la direction. »

Alain Gerbier se fait pour sa part beaucoup plus nuancé, affirmant que théoriquement c'est l'intérêt public qui est primordial dans l'exercice du travail journalistique. Aussi, il déclare qu'il n'a que très rarement vu quelqu'un imposer à un journaliste ce qu'il devait écrire. Ce qui ne veut cependant pas dire qu'il n'existe aucune manipulation : « Par contre, on va l'orienter, c'est-à-dire que qu'on va lui demander de couvrir un certain nombre d'événements, qui finalement ne mériterait pas une couverture. Donc en gros, on va lui demander de se substituer à un relationniste. » Il cite en exemple la couverture médiatique de déclarations d'hommes politiques :

Un homme politique va faire une déclaration, le journaliste ne va pas se poser la question de savoir « Est-ce que ça mérite qu'on y fasse écho, est-ce que c'est quelque chose d'important? » Non, il va entrer dans pratiquement un schéma, qui est presque imposé par le politicien, qui est de connivence avec le propriétaire du journal. On ne va pas se cacher les accointances, on va dire, libérales, par exemple, de *Gesca*. Et le journaliste, justement, va faire écho sans esprit critique, sans se dire « Finalement, cette déclaration de Jean Charest n'a strictement aucun intérêt. »

Il estime que l'industrie médiatique a évacué la réflexivité et l'esprit critique de l'exercice du journalisme. C'est pourquoi il porte un jugement très dur à l'encontre des journalistes contemporains : « Les journalistes sont en gros des manutentionnaires de l'information aujourd'hui, ils passent les infos comme on passe des plats. » Or, un journaliste ne peut œuvrer au nom de l'intérêt public sous un tel statut, car « ça impliquerait une compréhension de l'événement. Or, je vais dire quelque chose d'un peu cruel : je ne suis pas convaincu qu'il y ait 10% des journalistes qui aient une compréhension de l'événement. »

Jocelyn Laberge a lui aussi tendance à croire que l'intérêt privé a pris en partie le pas sur l'intérêt public au sein des médias de masse québécois : « C'est l'intérêt privé à ce moment-là qui prend le dessus. Ce n'est pas l'information, mais le moyen par ce marketing de faire encore plus d'argent, de vendre plus de copies et ainsi de vendre plus de publicité et donc d'avoir encore plus d'argent. » Gary Arpin abonde dans ce sens, même s'il nuance davantage ses propos : « L'intérêt public est là c'est sûr, dans la plupart des cas, mais souvent c'est l'intérêt de l'entreprise qui passe. » Ainsi, il observe un obscurcissement de la ligne entre les deux : « Encore là, la ligne est très floue entre les intérêts économiques de ces

entreprises là et l'intérêt public. Mais je crois que c'est de se leurrer que de croire purement que c'est l'intérêt public qui *drive* les salles de nouvelle au Québec. C'est tout à fait faux. Dans l'idéal peut-être... »

Jocelyn Laberge observe un changement dans la façon que le journalisme traite les informations :

Dans le contexte où c'est le marketing qui l'emporte dorénavant, on voit que des quotidiens comme *La Presse* vont plutôt couvrir la tendance, la chronique, l'opinion d'un tel, la perception d'un tel. C'est comme si il y avait plus de chroniqueurs que de journalistes. Il y a un danger à ça, c'est que si on n'a pas d'informations brutes, ordinaires, couvertes par des anonymes qui travaillent comme des malades pour trouver quelque chose, de quoi peut-on parler ensuite comme chroniqueur.

Arpin, avec le même exemple, avance que l'on peut en effet observer une évolution des formats médiatiques : « Dans l'environnement qui change aussi, on n'a qu'à regarder *La Presse*, qui est devenu une espèce de grand magazine quotidien plutôt qu'un quotidien d'information (...) ». Cette évolution le renvoie à l'obscurcissement de la séparation entre intérêts public et privé. En exemple, il cite la montée en popularité des grands dossiers dans les quotidiens québécois, sur des sujets tels que la vieillesse ou la drogue dans les écoles :

Est-ce que ce sont des sujets d'intérêt public? Oui, mais en même temps, ce sont des impératifs d'empires économiques qui dictent que l'on va essayer de générer ses propres histoires, pour essayer de maintenir et même élargir son lectorat ou son auditoire.

Michel Van de Walle, Vincent Marissal et Alain Gerbier constatent comme leurs collègues une transformation dans l'exercice du journalisme. Conjointement à la concentration des entreprises de presse, les journalistes observent que les évolutions technologiques qui ont marqué le monde des communications ces dernières années expliquent en partie ce phénomène.

3.4.4 Les évolutions technologiques et le journalisme

Plusieurs nouvelles technologies de communication ont fait leur apparition au cours des 25 dernières années, laissant leur empreinte sur le journalisme contemporain. Aussi, l'industrie médiatique a-t-elle développé plusieurs nouvelles plates-formes médiatiques, telles que les stations télévisées d'information continue ou les sites internet. L'exercice du journalisme, au Québec comme ailleurs, s'est par le fait même transformé. Or, les journalistes que nous avons rencontrés ne manifestent pas beaucoup d'enthousiasme face à ce nouveau potentiel médiatique.

Alain Gerbier ne croit pas que les nouvelles plates-formes médiatiques aient amélioré la qualité de l'information, affirmant que :

les nouvelles plates-formes, on va être sincère, elles n'ont pratiquement rien apporté de positif, vraiment rien apporté de positif. C'est-à-dire que je ne vois pas les gens mieux informés, je ne vois pas les gens avec un esprit et une tête mieux faite, je ne vois pas les gens émancipés, je ne vois pas les gens plus à même de comprendre une situation.

La conséquence de la multiplication des plates-formes est selon lui une dispersion et une perte de contrôle dans l'exercice du journalisme. Aussi, il croit que l'information continue ne répond pas aux espoirs que plusieurs avaient à son égard :

Or, le problème de l'info continue, c'est qu'il faut qu'elle fasse du temps d'antenne. Et ça aurait pu être très bien si l'info continue avait, et là elle aurait été une vraie menace pour la presse écrite, consacrée beaucoup de temps à l'analyse, à la mise en perspective. Or ce n'est pas le cas, elle ne fait que radoter.

C'est pourquoi il croit que l'information continue, au Québec, fait du remplissage et par le fait même fait preuve de complaisance, une dérive qu'il juge stérile et dangereuse. Or, cette dérive ne serait selon lui pas inéluctable, car si le support technique évolue, la mission journalistique reste la même :

Le fond c'est toujours une quête, non pas de la vérité parce que la vérité, encore une fois, est quelque chose de tout à fait circonstanciel, mais la quête de la compréhension de ce qui nous entoure, la quête de la compréhension des événements et de la portée des événements. (...) Je ne suis pas contre la technologie, je suis contre le fait qu'on pense que le contenant est le contenu. Pour faire court, c'est contre ça que j'en ai.

Michel Van de Walle est lui aussi critique en ce qui a trait aux impacts de ces innovations sur le journalisme : « C'est sûr que la multiplication des plates-formes a un effet de dilution de l'information et d'accélération de l'information (...) » Ce phénomène a selon lui un impact non seulement sur l'exercice du journalisme, mais également sur la réception des informations par le public :

La multiplicité des plates-formes fait que, comme je disais, tout se bouscule, ça oblige les journalistes à travailler trop vite, ne pas creuser, et ça fait aussi en sorte que les gens ont l'impression d'être très informé, ce qui explique selon moi en partie que le lectorat des journaux diminue, parce que ça exige un effort.

Il défend cette affirmation en expliquant que pour beaucoup de gens, il est plus simple d'écouter un bulletin d'information de 10 minutes à la radio ou à la télévision que de lire un journal ou d'écouter une émission d'affaires publiques, qui demande plus de temps et d'efforts. Cela comporte selon lui un effet pernicieux :

Les gens ne prennent plus ce temps là, ils ont l'impression d'être informés parce qu'ils sont bombardés d'information de toutes sources. Mais est-ce qu'ils sont plus intelligents? Est-ce qu'ils sont plus en mesure de juger des événements, d'exercer un regard critique sur des rapports sociaux? Ça, je n'en suis pas convaincu. Moi, je ne me sens pas plus informé maintenant que je l'étais il y a quinze ou vingt ans quand internet n'existait pas. Je ne suis pas mieux informé dans le sens où je n'ai pas d'informations qui me donnent une meilleure compréhension du monde qu'autrefois.

Le grand danger de la situation est selon lui que les gens abordent les informations de manière superficielle et que cela se répercute sur leur façon d'aborder la chose publique en général et leur devoir démocratique en particulier : « Ils portent des jugements qui sont très

rapides sur des impressions, sans avoir enquêté, sans avoir été au fond des choses, sans savoir vraiment ce qui s'est passé, parce qu'ils n'ont pas pris le temps d'y aller. »

Jocelyn Laberge note lui aussi une évolution dans l'exercice du journalisme depuis l'arrivée de nouvelles plates-formes. Il observe une situation similaire dans la relation entre les médias écrits et internet de même qu'entre la télévision généraliste et les chaînes d'information continue :

Moi, je trouve que c'est un peu répétitif tout ça. Ce qui est *Cyberpresse* va remplacer ce qui n'est plus *La Presse*. Et on voit une évolution, c'est probablement pour ça que ça se fait encore, de la présence de la chronique dans l'écrit, pour laisser place à l'internet sur l'immédiat. Comme on voit à la télé généraliste par rapport à RDI ou LCN. Ce qu'ont vu, donc, c'est qu'on va réserver l'approfondissement de l'information à la télé à des émissions d'affaires publiques pour, sur l'information continue, sortir n'importe quoi, peut-être, mais au moins d'allumer la lumière. Sans catégoriser malheureusement, donc, de sortir de l'information.

S'il croit qu'il est possible d'atteindre un équilibre entre les plates-formes permettant une complémentarité entre elles, Laberge ne croit pas que cet équilibre est présent à l'heure actuelle : « Sortir sur la première, approfondir sur la deuxième. Il n'y a pas encore, ou plutôt presque pas, d'approfondissement, mais il y a beaucoup de choses qui sortent et qui ne sont pas traitées profondément. »

Vincent Marissal croit pour sa part que les chaînes d'information continue ont remplacé d'autres formes qui ont disparu, comme les bulletins régionaux ou les bulletins à l'heure sur des chaînes spécialisées ou généralistes. Cependant, il serait faux selon lui de croire que ces nouvelles plates-formes constituent un ajout :

Ici, il y a eu RDI qui est arrivé, après NewsWorld de CBC et après LCN, qui doit avoir maintenant une douzaine ou une quinzaine d'années si je ne m'abuse. Mais depuis, il y a pas eu grand-chose en information qui a vu le jour. Je dirais même au contraire, il y a des sources d'informations qui ont disparu. (...) On ne fait pas plus d'informations, on en fait moins dans les télévisions généralistes. Il y a des stations de radio qui ont fermé, notamment le pendant anglophone d'Info 690, la salle de nouvelles de CKAC a fermé. a été « reconcentrée » sur autres choses.

Il rejoint plutôt l'opinion de Jocelyn Laberge sur la place de la chronique dans les médias contemporains et affirme que l'on assiste, grâce aux nouvelles plates-formes, à « l'explosion de l'opinion ». En outre, il croit que le Québec n'a jusqu'ici pas utilisé l'internet à bon escient : « On n'a pas justement créé un rendez-vous, ou un nouveau carrefour avec internet. On a plutôt assisté à l'explosion d'une foule de petits haut-parleurs, plus ou moins gueulards, qui ne font pas de l'information, qui font du commentaire. » Aussi, Marissal observe un phénomène rendu possible par l'arrivée des nouvelles technologies d'information, qu'il nomme le syndrome de la machine distributrice :

(...) c'est que maintenant beaucoup de journalistes ou de commentateurs sont devenus ou acceptent de devenir des machines distributrices. À partir du moment où on met une pièce et demie dans le trou, on appuie sur un numéro, il va nécessairement y avoir quelque chose qui va tomber.

Par là, il veut parler de ses collègues qui accumulent les piges et les sources de revenus : « Tu commentes sur tout et n'importe quoi tout le temps, dans ton blog en direct, deux minutes plus tard à la télévision, le téléphone sonne, tu vas faire une radio en même temps puisque tu es capable de commenter sur tout. » Cette façon de faire est selon lui dommageable pour la qualité de l'information : « Tant mieux pour eux, mais tant pis pour la qualité de l'information parce que ce n'est pas vrai que tu peux commenter sur tout, tout le temps, à toute heure du jour et de la nuit. Ce n'est pas vrai, c'est physiquement impossible. »

Gary Arpin observe quant à lui que les nouvelles innovations technologiques affectent le temps alloué au journaliste pour effectuer son travail, ce qui vient nuire non seulement à la qualité de l'information, mais aussi à sa diversité. Se référant au site internet Journalism.org, il note :

Encore là, je retourne à journalism.org. Ce qu'on indique c'est qu'on multiplie les plates-formes et on couvre moins d'histoires. On n'a moins de temps, et si on demande au journaliste d'en faire plus en terme de plates-formes, et tout ça avec une petite histoire, c'est du temps de cueillette. Si on va nourrir trois plates-formes dans une journée, c'est du temps qu'on va consacrer là.

Cet état de fait ne peut selon lui que faire perdre au journaliste son pouvoir de réflexion critique, dont l'exercice demande du temps : « Moins de temps pour faire la cueillette d'information, moins de temps pour la comparer, moins de temps pour vérifier ses sources : le journaliste est ni plus ni moins une courroie de transmission souvent. »

Le rapport entre le journalisme et le temps est selon tous les journalistes que nous avons rencontrés conflictuel, à l'ère des nouvelles technologies de l'information. Ainsi, chacun d'eux note une accélération dans l'exercice du journalisme contemporain. Gary Arpin raconte :

Moi, quand j'ai commencé en télé, on avait toute la journée pour aller tourner nos images, ensuite on avait une heure pour visionner ce qu'on avait tourné, on avait une heure pour écrire notre reportage, le préparer, et une heure pour le monter. Par les temps qui courent, on divise ça par trois.

Face à une telle diminution du temps accordé à chaque sujet qu'il doit couvrir, c'est selon lui la capacité du journaliste à réfléchir et à analyser les événements qui souffre le plus :

On n'a pas le temps de bricoler, on n'a pas le temps d'analyser, on n'a pas le temps de réfléchir, essentiellement. Et là, on va aussi demander au journaliste de s'impliquer technologiquement. Alors, les changements technologiques ont eu un effet pervers, jusqu'à un certain point, sur le temps que le journaliste a pour réfléchir, s'approprier l'information et la livrer.

La qualité et la véracité même des informations publiées ou diffusées par les médias est également en péril. Aussi, Arpin note que le nombre d'erreurs dans les médias a augmenté au cours des dernières années : « Alors, on n'a pas le temps de vérification, ce qui mène à beaucoup d'erreurs et de dérapages (...), et une information qui n'est pas aussi complète que ça l'était avant. »

Michel Van de Walle abonde dans ce sens : « On travaille de plus en plus sous pression, de plus en plus rapidement, donc ça fait en sorte que t'as moins le temps de creuser.

t'as moins le temps de faire des enquêtes. » Les nouvelles technologies permettent d'un côté à un journaliste de couvrir deux ou trois événements dans la même journée. Cependant, avec ce qu'il appelle le nouveau modèle d'affaires, le journaliste est selon lui appelé à couvrir un seul événement pour une multitude de plates-formes. Cette façon de faire n'est cependant pas exempte de dangers :

Sauf que ça veut dire que l'événement que tu vas couvrir, ça va aller tellement rapidement que tu n'auras pas le temps vraiment d'élaborer. D'ailleurs, tu le vois sur les canaux continus et tu le vois sur internet aussi : le nombre d'erreurs qui se commettent. C'est incroyable la quantité d'erreurs qui sont commises (sic) à cause de l'accélération. C'est toujours qui va être le premier à sortir la nouvelle, tout le monde court.

En raison de la pression exercée par les chefs de pupitres ou les réalisateurs, Van de Walle affirme que les journalistes sont désormais forcés à prendre des raccourcis et à vérifier rapidement leurs informations, ce qui a un effet parfois négatif sur la qualité de leur travail. Cette accélération a également un impact sur l'intérêt porté envers un événement et la réception que le public va en faire :

Alors les changements technologiques ont ce désagréable impact là, d'accélérer le mouvement. Mais en accélérant le mouvement, tout devient obsolète rapidement. Et quand c'est devenu obsolète et que ce n'est plus important, il n'y plus personne qui s'y intéresse. Et pourtant, il ya bien des choses qui ne devraient pas être obsolètes si rapidement et auxquelles il faudrait s'y intéresser de manière plus substantielle.

Alain Gerbier observe lui aussi une transformation du climat dans lequel s'effectue l'exercice journalistique. Les innovations technologiques permettent un potentiel de diffusion inédit, de même qu'une diminution des coûts de diffusion, qui permettent une accessibilité accrue aux médias. Il observe cependant deux contreparties :

La première c'est justement la rapidité. La rapidité fait qu'il y a de moins en moins de temps de réception. La deuxième plaie, c'est le copier-coller. C'est-à-dire qu'il y a, ça ressemble beaucoup à la tour de Babel, une cacophonie extrême, il y a une incapacité à hiérarchiser l'information et il y a des failles dans la fiabilité.

La seule manière de contrer cette perte de fiabilité est de mettre davantage à l'épreuve ce que le journaliste présente, en fournissant non seulement la source mais aussi son degré de fiabilité. En attendant, il affirme que les nouvelles technologies n'ont pas fait progresser le journalisme, bien au contraire, parce qu'elles lui ont fait perdre le contrôle. Pour expliquer son malaise, il utilise l'image d'un barrage hydro-électrique comme métaphore :

Par exemple, la métaphore du barrage, c'est qu'un barrage hydro-électrique, il y a une conduite forcée, on contrôle le débit de l'eau, cette eau produit une énergie. Là c'est un peu comme si le barrage venait de lâcher. C'est-à-dire que tout à coup c'est un tsunami qui ravage une vallée, on ne fait plus d'électricité, on ne fait plus rien avec cette masse parce qu'elle est complètement incontrôlée.

Cette perte de contrôle mène selon lui à une présentation brute de l'information, sans mise en perspective, ce qui ne permet plus au journaliste de l'inscrire dans un horizon de sens : « C'est-à-dire qu'il n'y a pas ce qu'il y avait autrefois, c'est-à-dire qu'on cherchait à dégager le sens de l'information. Aujourd'hui, le sens : bof, pratiquement absent, parce qu'on est toujours dans l'instantané, on est toujours dans le jeu de table. »

C'est la principale menace que laisse planer cette accélération de l'exercice journalistique, selon Jocelyn Laberge. Dans un souci de publier ou de diffuser une information le plus vite possible, la rumeur va devenir une nouvelle et on va diffuser n'importe quoi, quitte à s'excuser plus tard, ce qui est une tendance dangereuse : « La confusion s'installe à ce moment là, à un premier degré. Et à un deuxième degré, on perd tout de vue. Tout est important, il n'y a plus de hiérarchisation de l'information. » Dans cet état de fait, Laberge croit que le journalisme s'éloigne de sa mission démocratique : « Ce n'est pas ce qui pourrait être le plus important dans l'avenir de la démocratie qui est important, mais c'est ce qui vient de se produire, alors que c'est trivial. C'est ça le danger : il n'y a plus de catégorisation. »

3.4.5 Les mécanismes de contrôle des médias

Face à ces constats alarmants, il est possible que le journalisme québécois ait besoin d'un encadrement de l'industrie médiatique. Au Québec, le Conseil de presse du Québec, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et le Bureau fédéral de la concurrence du Canada sont les institutions pouvant assurer cette mission. Les journalistes croient cependant que ceux-ci ne réussissent pas à l'accomplir.

Jocelyn Laberge affirme n'avoir jamais ressenti d'impact de ces institutions sur l'exercice de son travail, aussi n'avoir rarement eu à réfléchir à la question. Il croit cependant qu'une telle réflexion est plus pertinente que jamais, avec les transformations qui ont marqué l'industrie médiatique au cours des dernières années :

Est-ce que c'est un chien de garde ou une autorité morale? Où est-ce que l'on doit s'en aller? Avec la multiplication des plateformes, c'est d'autant plus pertinent de se poser la question, car il va y avoir la confusion des plates-formes, surtout sur internet.

Gary Arpin ne donne pour sa part aucun pouvoir d'encadrement au Conseil de presse du Québec : « Le conseil de presse joue un rôle de chien de garde, sauf qu'il a très peu d'impact, parce que ce n'est pas un tribunal décisionnel, ce n'est pas un tribunal qui peut imposer des peines, ça n'a pas vraiment de conséquences. » En ce qui a trait au Bureau fédéral de la concurrence et au CRTC, Arpin leur reconnaît une influence uniquement économique. Il croit également que ces instances n'ont pas défendu la concurrence au sein de l'industrie médiatique, en permettant par exemple à des empires médiatiques d'orchestrer une concentration croisée qui aurait été interdite aux États-Unis :

Donc, on gère la concurrence, on encourage la concurrence aux États-Unis, alors qu'ici on a tendance à laisser aller la concurrence et à bâtir des monopoles ou des oligopoles, des gros empires, pour des raisons économiques, pour pouvoir par exemple générer de plus grandes salles des nouvelles, donner plus de ressources.

Cette orientation économique a selon lui nui à la diversité de l'information, alors qu'un encouragement de la concurrence de la part des instances habilitées à le faire aurait permis à des propriétaires québécois d'opérer, par exemple, *TVA* et le *Journal de Montréal*, de manière indépendante, au bénéfice du public québécois : « Au contraire, j'ai l'impression qu'il y aurait une plus grande diversité, une plus grande concurrence, qui aurait pour résultat d'enrichir ce qui se produit en nouvelles au Québec. » C'est pourquoi le journalisme est selon lui malgré tout influencé par les décisions du CRTC et du Bureau fédéral de la concurrence :

Le journaliste n'est donc pas affecté directement par ça, mais son environnement n'est pas le même en vertu des décisions prises par le CRTC. Le CRTC n'a pas encouragé la concurrence et il n'y a pas autant de concurrence, je pense, qu'il pourrait y en avoir dans les médias au Québec.

Vincent Marissal et Michel Van de Walle ne donnent eux non plus pas beaucoup de poids à ces institutions quant à leurs effets sur le journalisme québécois. Le premier avance qu'un « conseil de Presse comme celui-là sans corporation professionnelle à proprement parler ne peut pas prétendre jouer le rôle de conseil de discipline ou de préfet de disciple » alors que son collègue juge que « le bureau de la concurrence ça n'a pas grand effet, dans le sens où ça a surtout un impact sur les acquisitions d'entreprises » et que « le CRTC, ce n'est pas tellement un pouvoir de sanction sur le travail journalistique. Le CRTC, lui, c'est plus un pouvoir de sanction sur les conditions de licence. » C'est pourquoi tous deux affirment que seuls les tribunaux peuvent exercer une influence sur l'exercice journalistique. Aussi, Marissal avance que « le vrai conseil de presse, le vrai préfet de discipline, ce sont les cours de justice » alors que Van de Walle corrobore : « Effectivement, il n'y a que les tribunaux qui ont un pouvoir de sanction sur le travail journalistique. » Marissal ne croit pas que les organismes réglementaires fédéraux soient dénués d'influence, le CRTC ayant par exemple imposé par le passé des conditions à certains propriétaires avant de leurs accorder leur licence.

Sauf qu'à l'évidence, quand la survie d'une entreprise est en jeu, quand ce sont les intérêts pécuniaires qui priment à la fin, le CRTC est souvent obligé de baisser les bras et finalement, malgré une certaine préoccupation pour l'information régionale,

malgré une certaine préoccupation pour la qualité de l'information, malgré de grandes préoccupations contre la concentration, on n'en est quand même arrivé au point où on est rendu en 2009.

Tout comme ses collègues, Alain Gerbier croit que ces institutions n'ont que peu d'effets sur l'exercice du travail journalistique, ce qui pose problème dans une situation « de monopole ou de quasi-monopole, ce qui est pratiquement le cas au Québec aujourd'hui ». Aussi, Gerbier affirme qu'il existe un déficit sur le plan démocratique, puisque le système économique gérant les médias de masse ne permet pas de diversité de point de vue : « Le problème, justement, c'est qu'éventuellement l'encadrement n'est pas suffisamment ferme et suffisamment clair, c'est-à-dire que par exemple on devrait avoir une loi qui contre un peu les concentrations croisées, notamment. » C'est pourquoi il propose que soient créés des « moyens de soutien à la diversification de la presse », tels que des allégements fiscaux pour les entrepreneurs voulant développer un projet médiatique indépendant. « C'est-à-dire qu'on pourrait envisager très facilement que de jeunes entrepreneurs montent une agence de presse québécoise qui rendrait compte de ce qui se passe dans toutes les régions. »

3.4.6 Le rôle du journalisme

À la lumière de ces observations et critiques, il est maintenant temps de s'interroger sur le rôle du journalisme contemporain ainsi que sur la possibilité pour les journalistes d'exercer ce rôle au sein de l'industrie médiatique actuelle.

Gary Arpin croit que le rôle du journaliste est d'informer la population à partir d'histoires d'intérêt public : « Au Québec, c'est toujours le même rôle, d'essayer de chercher un peu la vérité et de partager cette information là avec tout le monde, pour que les gens soient en mesure de prendre des décisions privées, mais qui ont un impact sur l'espace public. » Michel Van de Walle donne au journalisme une mission semblable : « C'est un rôle « basic » d'information et de permettre aux gens de prendre les décisions, au niveau de l'organisation sociale, les plus éclairées possible. » Son rôle est donc selon lui de permettre

aux gens de prendre des décisions qui influent sur leur propre vie publique. « Des fois leur vie privée, ça peut à l'occasion, mais surtout leur vie publique, l'exercice de leurs droits démocratiques. »

Comme ses collègues, Vincent Marissal croit que le rôle premier du journalisme est d'informer : « Informer ça veut dire nécessairement jouer le rôle de chien de garde. Ça veut dire nécessairement être rigoureux et perspicace, surtout perspicace. » Mais plus que cela, Marissal croit que le rôle du journaliste est aussi d'exercer son travail selon des critères précis de vérification de sources.

Et c'est peut-être ça même notre dernière chance de sauver notre peau et de sauver les médias traditionnels, c'est justement de nous en tenir à ça. Malgré les soubresauts, malgré la tempête, nous en tenir à ça, parce qu'à la fin il restera toujours quelque chose.

Jocelyn Laberge envisage le rôle principal du journalisme de la même manière :

En 2009, il faut que le journalisme revienne à certaines sources très importantes : vérifier, vérifier, vérifier. (...) Donc, qu'ils reviennent aux sources premières de notre métier, sous quelques plateformes qu'on soit, qu'on ne sorte pas des rumeurs, qu'on sorte des histoires vérifiées, qu'on ne soit pas des transmetteurs, mais du monde qui vérifie tout le temps, qui doivent dire un jour à leur boss : « Je n'ai pas vérifié, je ne me lance pas là-dedans ». Il faut revenir à ça au départ.

Le journaliste doit aussi, selon Laberge, « prendre le métro », être proche de la population et se mettre au service de celle-ci : « Il faut que son rôle soit important, ou s'il peut approfondir son travail, arriver au public avec des faits importants et laisser le soin aux gens, aux lecteurs, aux auditeurs, aux téléspectateurs, de décider d'eux-mêmes de ce que ça veut dire. »

Alain Gerbier décrit pour sa part le rôle du journalisme avec une citation d'Albert Londres, un célèbre journaliste et écrivain français :

On n'est pas là pour être pour ou contre, on est là pour porter la plume dans la plaie. » La partie importante de la situation, c'est porter la plume dans la plaie. C'est-à-dire tout à coup expliquer le sens de ce qui nous environne. C'est-à-dire être curieux, remettre en question tout ce qu'on présente comme étant quelque chose d'établi, de normal. De montrer les contradictions, questionner sans cesse.

Le journalisme doit donc selon lui être plus qu'une courroie de transmission, mais aussi user de sa réflexivité pour inscrire son travail dans un horizon de sens : « Donc le journaliste en 2009, il devrait bêtement, tous les jours se poser la question : Que se passe-t-il? Pourquoi? Et être capable de mettre en perspective. » Le journaliste ne doit également pas confondre la ligne très mince entre l'intérêt public et l'intérêt du public :

La proximité avec le citoyen ne se fait pas comme ça. Et je vais le dire vulgairement, ce n'est pas parce qu'on baise avec le lecteur ou le téléspectateur qu'on est plus proche de lui. Ce qui va faire qu'on va être proche du lecteur ou du téléspectateur, c'est qu'on le renseigne, c'est qu'on l'informe, c'est ce qui est important. On n'est pas là encore une fois pour lui faire plaisir, on est là pour le rendre plus libre, plus intelligent, pour lui permettre d'être plus à même de comprendre une situation.

Michel Van de Walle, malgré toutes les contraintes imposées au journaliste de manière quotidienne, croit que le journaliste québécois exerce toujours son métier en accord avec son rôle :

Comme je dis, il y a toutes les contraintes des nouvelles plates-formes qui font en sorte que tout ça s'accélère et qui font en sorte que c'est de plus en plus difficile d'exercer ce métier là. Mais pour ceux qui essaient de le faire le plus consciencieusement possible, je dirais que de manière générale, oui. Si je regarde autour de moi les gens avec qui je travaille ici, ce sont des gens hyper consciencieux qui ne pensent qu'à une chose, à l'intérêt public et c'est leur seule motivation.

En observant ses collègues travailler, il estime que la majorité d'entre eux travaillent d'arrache-pied et croient en ce qu'ils font. C'est pourquoi, malgré tout, il ne perd pas confiance en eux.

Vincent Marissal affirme pour sa part que, si les plates-formes et les supports changent, le travail du journaliste n'a pas changé. « Que je le fasse sur internet ou sur le papier, que je le fasse à la télé, que je le dise, que je l'écrive, le but reste le même et la réception doit être la même. » Les conditions dans lesquelles s'effectue le journalisme ont évolué, mais les conditions permettant son exercice sont encore selon lui présentes :

L'intérieur du véhicule a changé et la transmission ne fonctionne pas exactement de la même façon. Mais à la fin c'est un véhicule quand même, et le véhicule a le même but, c'est-à-dire d'informer et de sortir de la nouvelle. Ou de passer des commentaires. Mais selon des critères journalistiques et prouvés. Je pense que c'est d'autant plus important ces années-ci de se rappeler, quitte à en faire un petit catéchisme, quotidiennement les critères journalistiques que sont les nôtres.

Jocelyn Laberge croit lui aussi que le salut du journalisme québécois passe par une adaptation des nouvelles plates-formes médiatiques aux normes qui ont historiquement régi le journalisme :

Le journaliste doit toujours s'adapter aux plateformes sur lesquelles il travaille. Et c'est comme ça, avec les valeurs fondamentales de l'information, c'est-à-dire de trouver, de vérifier et de mettre en ondes ou publier. Si on applique, donc, ces mêmes normes sur toutes les plateformes, on va sauver quelque chose. Mais autrement, non, ça va devenir plate comme c'est trop souvent plate présentement.

Arpin ne se montre pas aussi pessimiste que son collègue. Il croit que les journalistes québécois essaient majoritairement de bonne foi d'exercer leur métier en accord avec sa mission démocratique et les standards que celle-ci implique. Le contexte de l'industrie médiatique rend cependant cet exercice très difficile :

Mais encore là, ça se fait à l'intérieur d'empires médiatiques, ça se fait à l'intérieur de grands conglomérats, et malgré eux des fois ils ont des contraintes et ils sont régis par des directives qui font en sorte qu'ils ne couvrent pas aussi largement qu'ils pourraient le faire dans un contexte qui serait davantage concurrentiel.

Non pas que l'intérêt privé domine complètement, mais Arpin estime qu'il joue un rôle plus important que par le passé. Aussi, l'exercice du journalisme devient de plus en plus difficile :

Mais dans l'environnement actuel, c'est de plus en plus difficile je pense de pouvoir naviguer, de pouvoir explorer toutes les avenues possibles pour un journaliste. Il est très contraint et très régi dans ces empires là, dans le cadre de ces grosses machines médiatiques là, qui imposent des sillons très précis pour plusieurs journalistes.

Alain Gerbier est quant à lui très pessimiste en ce qui a trait à l'avenir du journalisme contemporain :

Pour moi, ces journaux (médias de masse) là sont devenus ce qu'on les a vus devenir, les signes avant-coureurs sont là très tôt, ce sont des circulaires. Pour moi, je ne fais plus de distinctions entre *La Presse*, *Le Journal de Montréal* et ma circulaire *Métro* ou *Loblaws*.

Une des sources de cette situation se trouve dans les écoles de journalisme, qui selon lui forment les journalistes comme on fabrique des souliers ou des saucisses, pire comme l'empire japonais formait des kamikazes durant la II^e guerre mondiale :

C'est-à-dire que le but n'était pas de fabriquer des pilotes expérimentés, le but était de fabriquer des gens capables de faire décoller un avion et de le faire s'écraser sur les bâtiments de la marine américaine. En gros, ce qu'on fait, c'est qu'on fabrique des gens qui sont capables, à peu près, de torcher un texte en suivant la pyramide inversée, mais sans se demander de quoi parle-t-on, pourquoi, et de mettre en perspective.

La logique qui transpire des écoles de journalisme se reflète selon lui sur la manière dont le journaliste est appelé à exercer son métier : « Alors qu'aujourd'hui, les écoles donnent un peu l'impression aux gens qu'ils ont compris la technique. C'est une technique, en fait, et donc ce sont des techniciens qui en fait font du travail à la chaîne, justement sans réfléchir. »

Paradoxalement, c'est ce marasme dans lequel s'est selon lui empêtré le journalisme qui lui permet d'être relativement optimiste pour l'avenir du journalisme :

C'est pour ça qu'aujourd'hui, alors qu'on est dans des lieux communs, des réponses toutes faites, donc dans un effondrement total du monde médiatique, enfin je parle du journalisme quand je parle du monde médiatique, il y a justement cet espace, ou ces espèces de ruines, sur lesquelles il y a moyen de reconstruire quelque chose qui va être cohérent, et qui est en fait la principale fonction du journaliste.

Plusieurs médias traditionnels souffrent présentement de problèmes financiers. Pourtant, il croit que si les médias cherchent à se définir et à retrouver leur rôle fondamental, ils vont survivre :

Moi, Darwin, j'adhère totalement, parce que les journaux qui doivent disparaître auront disparu. Parce que je ne veux pas croire, il y aura toujours des secteurs où c'est le divertissement qui prime, mais puisqu'il y a quand même parallèlement un besoin d'information, auront sans doute émergé des médias qui font véritablement de l'information.

Aussi, si l'industrie médiatique actuelle n'a selon lui aucun avenir sous sa forme actuelle, elle porte en elle-même le potentiel de se réinventer et de redonner au journalisme sa mission première. Il donne en exemple les magazines français *Le courrier international* et *XXI*, qui réussissent selon lui à trouver un lectorat tout en répondant aux critères qui font du journaliste un agent démocratique :

C'est-à-dire qu'il n'y a pas un article qui va être là pour remplir, il y a un article qui est là parce qu'il y a un sens, il touche à quelque chose d'assez profond. Et ces journaux là sont lus, ces journaux là ont véritablement un lectorat, ces journaux là, c'est pas du « fast news ». En général les gens vont conserver les numéros, vont revenir sur les numéros, donc il y a vraiment une place même dans les médias de masse. Ce n'est pas le support qui pose problème, c'est véritablement la manière dont est exercée la profession.

CHAPITRE IV

L'ANALYSE DES ENTREVUES

Nous venons de rendre compte des entretiens que nous avons effectués avec cinq journalistes en orchestrant une conversation entre eux. L'objet de ce chapitre est d'analyser les conclusions de cette conversation en les confrontant avec les considérations théoriques et les observations que nous avons proposées dans les deux premiers chapitres de ce mémoire. Pour ce faire, nous structurons cette analyse selon les thèmes évoqués au chapitre précédent.

4.1 L'espace public

Dans le premier chapitre, nous mettons de l'avant une conception de l'espace public développée par Jürgen Habermas, qui définit ce concept comme la sphère liant la société civile et l'État, au sein des démocraties libérales. Dans une telle conception, le rôle du journaliste est de participer à la construction de l'espace public. Si leur façon de l'exprimer est peut-être plus pragmatique, nos cinq journalistes définissent l'espace public et son lien avec le journalisme de façon connexe.

En le théorisant en tant que cercles politiques d'une proximité variable entourant le citoyen, Vincent Marissal reconnaît le caractère politique inhérent à l'espace public. Une telle vision le pose comme le lieu dans lequel s'articulent les tensions politiques et sociales qui animent notre système démocratique. Jocelyn Laberge et Michel Van de Walle confortent cette idée en affirmant que l'espace public représente l'ensemble des rapports sociaux, que ceux-ci soient culturels, politiques ou économiques. En notant la dichotomie entre l'espace

public et l'espace privé, Gary Arpin et Van de Walle font également écho à l'écart entre le citoyen et la société, dans lequel se situe l'espace public. En effet, celui-ci se trouve dans un écart entre l'individu privé et la chose sociale, un écart par lequel l'individu appréhende sa société. Nous pouvons donc affirmer que cet espace en est un d'échange et de réflexion, puisqu'il est celui dans lequel les individus vont pour se comprendre entre eux.

Nos cinq intervenants sont également unanimes en ce qui a trait au rôle du journalisme dans l'espace public. Vincent Marissal croit que les médias sont le carrefour au sein duquel se construit l'espace public. Gary Arpin va lui aussi en ce sens et dit que le journaliste permet de relayer aux individus privés les informations dont ils ont besoin pour évoluer en société. Nous pouvons donc affirmer que les journalistes québécois sont conscients de leur rôle, qui est de mettre en scène l'espace public. De ce fait, ils sont également conscients du rôle politique important que leur métier leur impute, au sein d'une société démocratique, et du pouvoir que ce rôle leur donne.

4.2 L'image et la représentation

Les journalistes que nous avons rencontrés reconnaissent la montée de l'image en tant qu'outil de représentation de la réalité par les médias contemporains, que Vincent Marissal appelle la culture de l'image. Il nous apparaît intéressant de souligner l'explication que Marissal donne de ce phénomène, quand il affirme qu'il n'a jamais été aussi facile pour chaque individu de produire des images photographiques ou vidéos. Avec la miniaturisation des appareils photos et des caméras, l'usage de celles-ci est devenu si répandu et commun qu'une grande frange de la population en porte même en permanence une sur elle. Ceci donne à l'être humain une capacité d'archivage visuel jusqu'ici inégalée dans l'histoire. Pensons au temps qu'il fallait pour prendre une photographie il y a à peine cent ans, ou encore pour dessiner ou peindre avant ça!

Cette facilité à user de l'image se fait sentir sur l'exercice du journalisme et nos intervenants le confirment. L'utilisation de la photographie et de la vidéo, à l'ère de

l'information télévisuelle en continu et d'internet, accapare de plus en plus le travail journalistique. Ceci ne peut mener qu'à une représentation de plus en plus superficielle de la réalité. Déjà, Michel Van de Walle observe une montée des considérations que les élites politiques et les élites économiques accordent à leur image. Gary Arpin confirme lui aussi que l'image est devenue bien plus importante dans la façon dont le journaliste effectue son travail que celui-ci veut souvent bien l'admettre. Si Vincent Marissal et Michel Van de Walle croient que le phénomène n'a pas encore dépassé les bornes, nous croyons pour notre part que les deux journalistes font preuve d'un trop grand optimisme. Même si les journalistes font des efforts, dont nous ne doutons par ailleurs pas de la sincérité, afin de ne pas s'arrêter à l'image projetée par le sujet qu'ils abordent, nous croyons que les photographies occupant presque autant d'espace que leurs articles dans les pages de leurs quotidiens respectifs évoquent une tendance nette des médias contemporains à privilégier l'image comme mode de représentation. Dans cette optique, il n'est pas surprenant que le quotidien *La Presse* ait fait appel à des spécialistes en image plutôt qu'à des politologues pour analyser le débat des chefs aux dernières élections ou encore que l'on entende presque autant parler des robes de Michelle Obama que des discours de son président de mari!

Cette situation est préoccupante, car l'image, en évacuant le langage et en fixant la réalité, évacue par le fait même la réflexivité de l'exercice journalistique. Or, le journaliste ne peut placer sa représentation dans un horizon de sens sans se situer dans l'espace critique que représente la réflexivité. Sans le langage et la réflexivité, on sort également le journalisme de l'espace d'expressivité dans lequel, selon Jean-Toussaint Desanti, s'effectue le « voir ensemble ». Or, comme on l'a vu au chapitre I, le rôle démocratique du journalisme est précisément de mettre en scène ce « voir ensemble » au sein de l'espace public. C'est donc dire que le journalisme, s'il se tourne vers la facilité de l'image, tend à nier sa raison d'être première, construire un espace dans lequel la société s'appréhende et se comprend, et renie par le fait même son rôle démocratique, d'où le besoin de vigilance par les médias, exprimé par Vincent Marissal, par rapport à l'utilisation de l'image.

4.3 La concentration de la presse

Nous avons expliqué au chapitre 2 ce qu'est la concentration de la presse et de quelle manière celle-ci affecte l'industrie médiatique québécoise. À la lumière des observations de nos intervenants, il n'y a aucun doute que ce phénomène influence le journalisme québécois de plusieurs manières. Or, cette influence ne semble pas favoriser la mission démocratique du journaliste.

D'entrée de jeu, Vincent Marissal et Michel Van de Walle, qui ont respectivement comme employeurs *Gesca* et *Quebecor*, reconnaissent que la concentration exercée par les propriétaires de leurs journaux a un effet néfaste sur l'exercice journalistique. Pour le premier, il s'agit d'une diminution alarmante de la quantité d'informations locales fournies à ses clients dans les régions du Québec alors que pour l'autre il s'agit d'une promotion incessante des activités de ses différentes filiales. D'un côté comme de l'autre, on peut observer, comme le fait Gary Arpin, une orientation corporative dictée par les empires médiatiques dans l'exercice du journalisme québécois. Comme le remarque Marissal, beaucoup de ressources et de temps sont investis non pas dans la recherche d'informations pertinentes pour l'espace public mais plutôt pour permettre aux empires médiatiques de tirer leur épingle du jeu sur le plan économique.

Dans ce cas de figure, nos intervenants sont unanimes pour dire que la diversité de l'information sort grande perdante de la concentration de la presse. Les journalistes couvrent selon eux moins d'histoires que par le passé, on trouve moins de sources d'informations, on observe une normalisation de l'information. L'exemple du nombre de journalistes affecté à l'Assemblée nationale, qui aurait selon Michel Van de Walle baissé de moitié, est éloquent. De même, la publication du même article au sein de plusieurs quotidiens de l'empire *Gesca*, évoqué par Alain Gerbier, l'est tout autant, tout comme la fermeture par *Corus* de la salle des nouvelles de *CKAC* ou de celle de *TQS* par *Remstar*. Dans une industrie médiatique concentrée, les mêmes nouvelles sont échangées d'une filiale à l'autre, d'un média à l'autre, d'une plate-forme à l'autre. Aussi, le nombre de journalistes ne peut par conséquent que diminuer.

Cela nous mène à nous questionner sur l'importance accordée à l'intérêt public par l'industrie médiatique québécoise. Sur cette question, nous ressortons de nos entretiens l'observation suivante : si les journalistes québécois tentent toujours d'exercer leur métier avec l'intérêt public comme balise, les entreprises de presse qui les emploient privilégient pour leur part leurs intérêts privés, économiques.

Vincent Marissal affirme que l'intérêt public occupe toujours la première place des priorités médiatiques, parce qu'il n'observe pas de baillons appliqués à la couverture journalistique. Peu importe l'allégeance politique du propriétaire, les médias continuent selon lui, ou à tout le moins celui pour lequel il travaille, à couvrir de façon impartiale le débat politique. Michel Van de Walle estime lui aussi que l'intérêt privé de son employeur n'a pas d'effet sur la manière selon laquelle il pratique le journalisme. Il reconnaît cependant que la direction de son journal a le pouvoir d'orienter le travail de ses journalistes, tout comme elle a le pouvoir de hiérarchiser l'information publiée dans les pages de son quotidien. Face à ce constat, nous avons de la difficulté à comprendre comment il peut affirmer que les intérêts privés des entreprises de presse n'influent pas sur le travail du journaliste. Il existe plusieurs façons, et Van de Walle le reconnaît, pour une entreprise médiatique de favoriser ses intérêts économiques sans dicter à proprement parler à ses journalistes le contenu de leurs publications. Quand la direction du *Journal de Montréal* décide de publier en première page une photo de la populaire émission de télévision *Occupation double*, diffusée par sa station sœur *TVA*, plutôt que de rendre compte d'un enjeu de société, nous croyons pouvoir affirmer qu'elle privilégie l'intérêt privé de son entreprise au profit de l'intérêt public. Quand *Gesca* décide, et cet exemple provient de M. Marissal lui-même, de publier dans un quotidien abitibien un article sur les compteurs d'eaux montréalais provenant de *La Presse*, plutôt qu'un autre sur un enjeu local, nous croyons qu'elle s'intéresse davantage aux économies provenant d'une telle pratique qu'à l'intérêt public, même si elle n'est pas intervenue dans le contenu publié par ses chroniqueurs.

Alain Gerbier reconnaît cet exercice pernicieux d'orientation du travail journalistique par les entreprises de presse. C'est pourquoi il affirme que le journaliste est de plus en plus

appelé à jouer un rôle de relationniste, de manutentionnaires de l'information. S'il nous apparaît clair, à la lumière de ces entretiens, que les journalistes eux-mêmes n'ont pas perdu leur souci de l'intérêt public, nous croyons, comme Jocelyn Laberge et Gary Arpin, que l'intérêt privé des entreprises de presse prime la plupart du temps dans l'orientation des médias de masse québécois. La concentration de la propriété des entreprises de presse a mené à une baisse de la qualité et de la diversité de l'information. Elle a aussi mené les acteurs de l'industrie médiatique québécoise à privilégier leurs intérêts économiques plutôt que leur rôle de construction de l'espace public, avec les considérations démocratiques que ce rôle comporte. C'est pourquoi nous estimons que nos entretiens confirment l'existence d'une industrialisation et d'une marchandisation progressive de l'information dans une industrie médiatique concentrée telle que la nôtre.

Cette affirmation est lourde de sens en ce qui a trait au rôle démocratique du journaliste. S'il existe un mouvement de marchandisation de l'information, cela signifie que l'information devient une marchandise, au même titre qu'un soulier ou une chaise. C'est à ce constat qu'en arrive Alain Gerbier lorsqu'il dit du journalisme que c'est devenu une technique et des journalistes contemporains qu'ils sont « des techniciens qui, en fait, font du travail à la chaîne, justement sans réfléchir. » Du moment où la mission du journalisme n'est plus de participer à l'élaboration de l'espace public, d'un « voir ensemble » permettant aux citoyens d'orchestrer un agir commun au sein d'un horizon de sens, mais plutôt de participer au développement économique de l'entreprise qui l'emploie, le journaliste dévie de sa mission démocratique et devient un simple travailleur.

4.4 Les évolutions technologiques et le journalisme

Le domaine des communications a été au cours des années le bénéficiaire d'une multitude d'innovations technologiques, comme la radio, la télévision et l'ordinateur. Des évolutions de ces nouveaux médias sont également apparues, comme les chaînes d'informations continues ou l'internet. Ces évolutions ont par le fait même transformé

l'exercice du journalisme, changeant les conditions dans lesquelles celui-ci s'effectue et les plates-formes sur lesquelles il est pratiqué.

L'industrie médiatique a vu apparaître de nouvelles plates-formes sur lesquelles pratiquer le journalisme. Bien naïvement, nous pourrions croire que cette multiplication des plates-formes médiatiques est porteuse d'une plus grande accessibilité aux médias, d'une augmentation du nombre de sources médiatiques ou encore de nouvelles pratiques enrichissant le journalisme. Malheureusement, selon les entretiens que nous avons effectués, il n'en est rien. Chaque journaliste que nous avons rencontré parle plutôt de dilution, de dispersion ou de perte de contrôle comme effets sur l'exercice journalistique.

Plutôt que d'utiliser les innovations comme les chaînes d'informations continues, à la radio ou la télévision, ou l'internet, pour développer un nouveau système médiatique où l'analyse et la réflexivité aurait été amélioré, tel que Jocelyn Laberge et Vincent Marissal affirment qu'elles en ont le potentiel, l'industrie médiatique les a utilisées pour multiplier l'offre médiatique. Cependant, l'augmentation de l'offre médiatique ne signifie pas une augmentation du nombre de sources. Lorsque *LCN* diffuse en boucle le même bulletin de nouvelles de 10 minutes ou que *Cyberpresse* publie les mêmes articles que *La Presse* du lendemain de façon plus rapide, on parle plus de répétition que de diversification. Cependant, comme le fait remarquer Michel Van de Walle, cette répétition est dangereuse. Car si le public ne reçoit pas plus d'informations que par le passé, il n'en est pas moins bombardé d'informations brutes, non hiérarchisées et publiées de façon presque instantanée. Aussi, il se sent plus informé que jamais alors que c'est loin d'être le cas, ce qui mène une partie du public à développer selon Van de Walle une certaine paresse par rapport à sa culture médiatique. C'est ce qui selon lui explique d'ailleurs la baisse des lectorats observée chez plusieurs quotidiens québécois.

Le résultat de l'arrimage des nouvelles technologies de l'information à l'industrie médiatique québécoise, selon chacun de nos entretiens, est une accélération de l'exercice journalistique. C'est-à-dire que le journaliste a moins de temps que par le passé pour effectuer son travail. Plutôt que d'utiliser la rapidité des nouvelles technologies pour accorder plus de

temps à la mise en perspective et à la compréhension des événements, l'industrie médiatique, parce qu'elle privilégie encore une fois son intérêt économique plutôt que l'intérêt public, demande aux journalistes de couvrir plus d'événements ou de couvrir chaque événement pour plus de plates-formes, puisque grâce à la concentration de la propriété des entreprises de presse plusieurs médias de masse possèdent désormais plusieurs plates-formes. Ainsi, Gary Arpin relate que le temps alloué à la collecte d'informations et à la production d'information a été amputé de moitié du côté du journalisme télévisé. Vincent Marissal note pour sa part que le journaliste affecté aux faits divers à *La Presse* exerce son métier dans un camion, de façon à être rapidement sur les lieux et duquel il peut publier le plus rapidement possible ses articles sur *Cyberpresse*, par peur de se faire « voler son scoop ». Il observe également que de plus en plus de chroniqueurs sont appelés à commenter, en direct, des événements en train de se produire sur les chaînes d'information continue. Cela fait que le journaliste n'a presque plus de temps à consacrer à l'analyse et à la compréhension de l'événement sur lequel il travaille. Il en résulte également une augmentation du nombre d'erreurs dans les publications médiatiques, ce qui vient miner la crédibilité du travail journalistique.

Ces observations viennent confirmer la logique d'immédiateté, dans la représentation effectuée par les médias contemporains, évoquée au chapitre 1. Cette logique tend à sortir le journalisme du temps, en effaçant par le fait même la distance entre la réalité et sa représentation. Or, c'est dans cette distance, dans cet écart, que se trouve la potentialité d'une représentation signifiante, c'est-à-dire d'une représentation inscrite dans un horizon de sens permettant à la société de se comprendre, de « voir ensemble ». Si le journaliste sort du temps et s'inscrit dans une logique d'immédiateté, il ne participe plus à la construction d'un espace public en accord à l'idéal d'Habermas, mais rend plutôt compte d'une série d'occurrences, qui n'ont pas la chance de devenir des événements signifiants puisqu'elles ne sont pas inscrites dans un horizon de sens. Le journaliste n'est ici plus un témoin, mais un simple rapporteur.

4.5 Les mécanismes de contrôle des médias

Nous sommes conscients qu'il peut paraître saugrenu, dans un mémoire se faisant l'avocat de la liberté de la presse et du rôle démocratique du journalisme, de trouver des arguments défendant l'encadrement des médias. Cependant, face à une industrie médiatique concentrée privilégiant ses intérêts économiques au détriment de sa mission démocratique, le journaliste québécois peut avoir besoin d'une aide extérieure afin de lui permettre d'exercer son métier en accord avec son rôle.

Il existe au Québec trois instances ayant la possibilité d'exercer un tel rôle : le Conseil de presse du Québec, le Conseil des radiodiffusions et des télécommunications canadiennes et le Bureau fédéral de la concurrence du Canada. Cependant, de l'avis des journalistes, aucun d'eux n'exerce un pouvoir susceptible d'aider la cause du journalisme québécois. Le Conseil de presse constitue de l'avis de chacun un tribunal d'honneur qui, s'il est doté de beaux idéaux et d'une autorité morale certaine, n'a pas les moyens coercitifs pour être réellement utile. Le Bureau fédéral de la concurrence, bien qu'il ait le pouvoir d'empêcher les concentrations de propriété excessive, n'a jamais vraiment jugé nécessaire d'intervenir auprès de l'industrie médiatique. Le CRTC, quant à lui, intervient majoritairement au niveau des demandes ou des renouvellements des licences de radiodiffusion ou de télédiffusion. Il est déjà intervenu par ce biais afin de ramener à l'ordre certains médias, comme la station de radio CHOI, mais, comme le fait remarquer Vincent Marissal, il a prouvé, notamment dans l'autorisation donnée à TQS de fermer sa salle de nouvelle, qu'il était prêt à baisser les bras lorsque la survie de l'entreprise ou les intérêts économiques des propriétaires étaient menacés.

Nous pouvons donc affirmer qu'il n'existe pas au Québec de mécanisme de contrôle de l'industrie médiatique digne de ce nom. Pourtant, comme nous l'avons vu au chapitre 2, le débat entourant la concentration de la propriété des entreprises de presse date au Québec de plus de quarante ans, des intervenants crédibles, comme les membres du Comité Davey créé par le Sénat canadien en 1968, mettant en garde les gouvernements canadien et québécois contre le déficit démocratique découlant d'un tel phénomène. Comme Alain Gerbier, nous

croyons qu'il serait souhaitable que des mesures soient prises afin de favoriser l'émergence d'une plus grande diversité médiatique. Nous croyons comme lui qu'il existe toujours un besoin, dans notre système démocratique, pour une information de qualité, diversifiée, signifiante et nous permettant en tant que société de nous appréhender au sein d'un agir commun. Il serait dommage de devoir attendre, comme Gerbier le propose, l'effondrement de l'industrie médiatique contemporaine afin de reconstruire sur ses ruines.

4.6 Le rôle du journalisme

Gary Arpin et Michel Van de Walle croient que le journalisme doit revenir à son rôle de base, soit simplement informer la population sur des sujets qui lui permettent des décisions éclairées, tant dans sa vie publique que privée. Vincent Marissal en rajoute en affirmant que le journaliste doit également être rigoureux et perspicace. Jocelyn Laberge avance lui aussi que le journaliste se doit de revenir à une rigueur dans laquelle il prend le temps de vérifier continuellement ce qu'il publie. Finalement, Alain Gerbier croit pour sa part que le journalisme doit « porter la plume dans la plaie », c'est-à-dire expliquer le sens de ce qui nous entoure, de remettre en question les faits établis, de faire preuve de curiosité.

Ces façons d'expliquer le rôle du journalisme font selon nous écho au rôle démocratique du journalisme évoqué dans le chapitre 1. Le journalisme se doit d'être l'architecte d'un espace public dans lequel s'articule représentation de la réalité inscrite dans un horizon de sens, de façon à permettre aux citoyens l'élaboration d'un « voir ensemble » et d'un agir commun, des conditions indispensables à l'exercice de la démocratie. Ceci passe évidemment premièrement par la fonction première du journalisme, informer la population, des événements qui agitent les tensions constituant la société. Cette information doit aussi être livrée de manière rigoureuse et réfléchie si l'on veut qu'elle puisse être signifiante. Elle doit finalement permettre une mise en perspective de la réalité si elle veut pouvoir s'inscrire au sein de l'espace public dans un horizon de sens. Aussi, nous croyons que nos entretiens rejoignent notre pensée en ce qui a trait au rôle du journalisme.

Michel Van de Walle et Vincent Marissal croient qu'il est encore possible pour un journaliste d'exercer un tel rôle au sein de l'industrie médiatique québécoise. Marissal pense qu'il existe une période de flottement avec l'arrivée des nouvelles plates-formes médiatiques, mais que si le journaliste se rappelle les principes qui animent sa profession, il peut encore exercer son métier en accord avec ceux-ci. Van de Walle fait pour sa part reposer son optimisme sur la bonne volonté qu'il observe chez ses collègues à garder comme point de mire l'intérêt public. Ceux-ci font même selon lui plus d'efforts que ce qu'on leur demande parce qu'ils croient en leur rôle. L'un comme l'autre, ils basent leur optimisme sur le pouvoir qu'ils donnent aux journalistes d'exercer par eux-mêmes leur mission démocratique. Nous partageons avec eux cette confiance en la bonne foi de la majorité des journalistes. Nous croyons en effet que la majorité des journalistes exercent leur métier avec, à tout le moins, le souci d'informer la population et de l'aider à appréhender la société dans laquelle elle vit. Néanmoins, il nous apparaît naïf de croire que les journalistes peuvent à eux seuls contrecarrer les orientations dictées au journalisme par les médias de masse.

Gary Arpin croit comme nous que les journalistes québécois gardent le souci de l'intérêt public, mais que le contexte administratif et économique dans lequel évoluent les médias de masse au Québec ne leur permet pas d'échapper à la quête des intérêts privés des propriétaires des entreprises de presse. Il ne faut pas croire, selon lui, que l'intérêt privé domine complètement, mais il devient de plus en plus difficile pour le journaliste d'exercer son rôle démocratique, parce que les empires médiatiques qui le contrôlent lui imposent des sillons très précis. Jocelyn Laberge croit lui aussi que l'organisation actuelle de l'industrie médiatique ne permet pas au journaliste d'exercer une représentation de la réalité digne d'intérêt. Alain Gerbier va pour sa part jusqu'à comparer les quotidiens québécois aux circulaires publicitaires que les épiceries nous envoient le samedi matin, ce qui selon nous illustre très bien son opinion du journalisme québécois contemporain.

Nous pouvons affirmer que les journalistes que nous avons rencontrés confirment notre vision du rôle que doit exercer le journalisme québécois. S'ils sont plus divisés en ce qui a trait à la possibilité qu'a le journalisme d'exercer son rôle au sein de l'industrie médiatique québécoise, nous croyons néanmoins que nos entretiens confirment notre opinion

selon laquelle le journalisme ne peut parvenir à exercer son rôle démocratique au sein d'une industrie médiatique telle que la nôtre en 2009.

CONCLUSION

Nous voici rendus à l'étape tant redoutée de la synthèse, l'étape où l'on doit maintenant rendre des comptes. L'objectif de la recherche sous-tendant ce mémoire était d'observer le rôle démocratique du journalisme et l'industrie médiatique québécoise afin de répondre à la question suivante : le journaliste contemporain québécois remplit-il toujours aujourd'hui la mission démocratique qui lui a historiquement été attribuée?

Pour ce faire, nous avons divisé notre démarche en quatre étapes, qui sont devenues par le fait même les quatre chapitres de ce mémoire. Tout d'abord, nous avons élaboré une définition de la mission démocratique du journalisme. En retraçant l'évolution de la communication de masse à travers l'histoire, nous avons constaté que les médias de masse et la démocratie libérale s'étaient développés de pairs au cours des années. Nous avons ensuite observé le lien serré qui unit le journalisme et la démocratie au sein du concept d'espace public mis de l'avant par Jürgen Habermas. Au sein de cette conception de l'espace public, le journalisme est celui qui met en scène l'espace public, qui se trouve à être ce qui fait le lien entre la société civile et l'État au sein de notre démocratie. Nous avons également constaté que c'est à travers la représentation qu'il fait de la réalité que le journalisme construit l'espace public, une représentation qui doit s'inscrire dans un écart de réflexivité et un horizon de sens, tout en faisant attention à la logique d'immédiateté et la montée en popularité de l'image comme mode de représentation, si elle veut permettre la création d'un « voir ensemble » et d'un agir commun essentiels à l'exercice de la démocratie. C'est à ces conditions que le journaliste peut réellement jouer son rôle de témoin et être considéré comme un agent démocratique.

Dans le chapitre suivant, nous avons effectué un portrait de l'industrie médiatique québécoise. Nous y avons constaté que les différents médias québécois, la télévision, la radio

comme la presse écrite, sont marqués par une concentration importante de la propriété des entreprises. Nous avons également observé que ce phénomène mène à une marchandisation de l'information, ce qui occasionne un déficit démocratique certain pour la société québécoise. En effet, nous avons constaté, à travers la concentration de la presse québécoise, que les propriétaires des médias de masse québécois privilégiaient l'intérêt privé de leur entreprise plutôt que l'intérêt public, transformant par le fait même l'information en marchandise. Il existe pourtant au Québec et au Canada un débat important autour de la concentration de la presse depuis plus de quarante ans et ses effets perniciox sur notre démocratie sont depuis longtemps annoncés. Il n'existe cependant au Québec d'institutions ayant le pouvoir ou la volonté d'encadrer l'industrie médiatique.

Afin de confirmer ou d'infirmer les considérations théoriques et les observations que nous avons effectuées au cours des deux premiers chapitres, nous avons par la suite conduit cinq entretiens avec des journalistes québécois. Le troisième chapitre de ce mémoire est consacré à une conversation orchestrée entre ces cinq journalistes selon les thèmes de l'espace public, la concentration de la propriété des entreprises de presse, l'image et la représentation, les évolutions technologiques et le journalisme, les mécanismes de contrôle des médias ainsi que le rôle du journalisme. Nous avons par la suite analysé ces entretiens, dans le cadre d'un quatrième chapitre, en les confrontant aux considérations théoriques évoquées plus haut.

Il existe évidemment des limites à cette démarche. Une d'elle se trouve dans l'échantillon que nous avons privilégié afin d'effectuer nos entretiens. Les journalistes que nous avons rencontrés sont tous des hommes francophones ayant passé la majeure partie de leur carrière, sinon toute leur carrière, au sein de médias francophones. Tout comme notre portrait de l'industrie médiatique québécoise, nos entretiens s'attardent donc presque uniquement aux médias francophones. Or, il existe plusieurs médias de masse anglophones au Québec qui jouent un rôle important au sein de l'espace public québécois. Ceux-ci auront été laissés pour compte dans ce mémoire, ce qui constitue selon nous une limite majeure. Le fait que les journalistes que nous avons rencontrés soient tous des hommes, s'il peut être expliqué par des circonstances en dehors de notre contrôle au moment de la constitution de

notre échantillon, constitue néanmoins une limite au niveau de la diversité de notre échantillon. Nous craignons qu'un échantillon plus large produise une somme d'information trop importante pour être analysée dans le cadre d'un mémoire de maîtrise. Un échantillon plus large nous aurait cependant permis de contourner de telles limites.

La formule utilisée dans le troisième chapitre pour orchestrer une conversation entre nos cinq intervenants constitue elle aussi en partie une limite. Comme chaque entretien a été trop long pour être reproduit intégralement dans notre mémoire, il nous a fallu trouver une façon de hiérarchiser l'information mise à notre disposition. Pour ce faire, la formule de la conversation entre les journalistes, regroupée autour de thèmes, nous a paru être la plus à même de retirer les passages signifiants. Nous avons accompli cette tâche de sélection dans le plus grand souci d'objectivité dans la retranscription de la conversation et dans le choix des passages utilisés. Cependant, comme nous avons été les chefs d'orchestre de la conversation, il est évident que notre subjectivité, donc dans ce cas-ci notre opinion personnelle, n'a pu qu'influencer notre travail. Aussi, afin de contourner en partie cette limite, nous publions en annexe la retranscription intégrale de nos entretiens.

Malgré ces limites, nous croyons avoir démontré, par le biais d'une recherche documentaire ainsi que d'entretiens avec des journalistes québécois, que l'industrie médiatique québécoise ne réunissait pas les conditions préalables à l'exercice du journalisme en accord avec sa mission démocratique. S'il est vrai que plusieurs journalistes, peut-être même la majorité, exercent leur métier en s'orientant par l'intérêt public et leur mission démocratique, la concentration de la propriété des entreprises de presse semble avoir donné lieu, selon nombre d'observateurs, à une marchandisation de l'information et donc à une industrialisation du journalisme québécois. Pour ces raisons, nous croyons fermement que nous pouvons confirmer l'hypothèse suivante : le journaliste contemporain n'est plus un agent démocratique, mais est plutôt devenu un simple technicien de l'information.

Il pourrait être pertinent, suite à ce constat, de développer en tant que société une réflexion sur les moyens à envisager afin d'emmener l'industrie médiatique québécoise à assumer ses responsabilités démocratiques. L'encadrement gouvernemental ou institutionnel

des médias est un sujet délicat, nous avons pu en observer les dérives au sein de systèmes totalitaires. Cependant, si l'encadrement peut causer un emprisonnement des activités démocratiques, il porte aussi le potentiel de favoriser la liberté de la presse et son émancipation. Nous venons de constater que l'économie de marché avait failli à assurer les conditions permettant un exercice démocratique du journalisme. Il est maintenant temps d'envisager quelles actions doivent être prises pour combler ce déficit démocratique.

APPENDICE A

TABLEAUX

A.1	Tableau 2.1 : Répartition des titres et du tirage des quotidiens québécois payants selon la propriété (2006)	108
A.2	Tableau 2.2 : Propriété des stations de radio commerciales au Québec (2004) ..	109
A.3	Tableau 2.3 : Parts de marché des réseaux et chaînes spécialisées de langue française au Québec francophone (2006)	112
A.4	Tableau 2.4 : Influences du gouvernement sur les médias	113

Tableau 2.1

Répartition des titres et du tirage des quotidiens québécois payants selon la propriété (2006)

Groupes	Titres	Tirage					
		Nombre total d'exemplaires vendus par semaine	Parts de marché (%)		Moyenne lundi au vendredi	Samedi	Dimanche
			Marché total	Marché francophone			
Gesca (Power)	La Presse	1 485 088			198 422	273 292	219 686
	La Tribune	195 908			31 592	37 948	0
	La Voix de l'Est	95 395			15 482	17 985	0
	Le Nouvelliste	258 774			42 727	45 139	0
	Le Soleil	583 855			77 890	110 466	83 939
	Le Quotidien	164 997			27 552	27 237	0
	Le Droit	216 970			35 495	39 495	0
		3 000 987	44,0	51,6	429 160	551 562	303 625
Quebecor	Le Journal de Montréal	1 925 384			268 177	317 156	267 343
	Le Journal de Québec	714 836			98 444	121 995	100 621
		2 640 220	38,7	51,6	366 621	439 151	367 964
CanWest Global	The Gazette	984 358	14,4		139 360	154 273	133 285
Le Devoir Inc	Le Devoir	177 816	2,6	3,0	26 861	43 511	0
Glacier Ventures International	The Record	24 460	0,4	0	4 892	0	0
Total	12 quotidiens	6 827 841	100,0	100,0	966 894	1 188 497	804 874

141

¹⁴¹ Centre d'étude sur les médias. *Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada*. <http://www.cem.ulaval.ca/ConcentrationQuotidiens.pdf>

Tableau 2.2

Propriété des stations de radio commerciales au Québec (2004)

Groupe	nb de stations		Stations / ville
	nb	%	
Astral Média inc.	24	24	CKMF-FM (Montréal) CITE-FM (Montréal) CJFM-FM (Montréal) CHOM-FM (Montréal) CJAD-AM (Montréal) CJMM-FM (Rouyn) CJMV-FM (Val d'Or) CKTF-FM (Gatineau) CIMF-FM (Gatineau) CIGB-FM (Trois-Rivières) CHEY-FM (Trois-Rivières) CIMO-FM (Magog) CHIK-FM (Québec) CITF-FM (Québec) CFIX-FM (Saguenay) CJAB-FM (Saguenay) CITE-FM-I (Sherbrooke) CHRD-FM (Drummondville) CJDM-FM (Drummondville) CFEI-FM (Saint-Hyacinthe) CJOL-FM (Rimouski) CIKI-FM (Rimouski) CFVM-FM (Amqui) CFZZ-FM (St-Jean-sur-Richelieu)

Corus Entertainment inc.	15	15	CKOI-FM (Montréal) CINF-AM (Montréal) CINW-AM (Montréal) CFGR-FM (Montréal) CIME-FM (St-Jérôme) CKOO-FM (Montréal) CFEL-FM (Montmagny) CKAC-AM (Montréal) CHRC-AM (Québec) CFOM-FM (Québec) CJRC-AM (Hull/Gatineau) CKRS-AM (Saguenay) CHLN-AM (Trois-Rivières) CHLT-AM (Sherbrooke) CIGR-FM (Sherbrooke)
RNC Media (Radio Nord)	14	14	CHGO-FM (Val d'Or) CIGO-FM (La Sarre) CFTX-FM (Gatineau) CHOA-FM (Rouyn) CJLA-FM (Lachute) CHLX-FM (Gatineau) CHVD-FM (Dolbeau) CHRL-FM (Roberval) CKXO-FM (Chibougamau) CFGT-AM (Alma) CKYK-FM (Alma) CKLX-FM (Montréal) CHOI-FM (Québec) CHXX-FM (Donnacona)
Bas Saint-Laurent Radio (Guy Simard) -Radio CJFP Itée -CIBM-FM Mont Bleu Itée -Radio Beauce - Radio Rimouski	7 (2) (2) (2) (1)	7	CIEL-FM (Rivière-du-Loup) CIEL-FM 4 (Trois-Pistoles) CIBM-FM (Rivière-du-Loup) CHOX-FM (La Pocatière) CHJM-FM (St-Georges) CKRB-FM (St-Georges de Beauce) CFYX-FM (Rimouski)
Cogeco Radio-Télévision inc.	5	5	CFGL-FM (Laval) CJMF-FM (Québec) CJEC-FM (Québec) CJEB-FM (Trois-Rivières) CFGE-FM (Sherbrooke)

Radio-Mégantic	3	3	CKLD-FM (Thetford Mines) CFJO-FM (Thetford Mines) CFDA-FM (Victoriaville)
CTVglobemedia	1	1	CKGM-AM (Montréal)
Autres (propriétaires de stations privées commerciales)	32	32	

142

¹⁴² Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la radio au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationradio.pdf>

Tableau 2.3

Parts de marché des réseaux et chaînes spécialisées
de langue française au Québec francophone (2006)

Réseaux et ensemble des chaînes spécialisées	Propriétaire	Part de marché %
TVA	Groupe TVA (Quebecor)	27,7%
TQS	Remstar	13,9%
Radio-Canada	Société Radio-Canada	13,3%
Télé-Québec	Société de télédiffusion du Québec	2,7%
<i>Parts de marché des réseaux (de langue française)</i>		57,6%
<i>Parts de marché de l'ensemble des chaînes spécialisées de langue française</i>		36,32%

143

¹⁴³ Centre d'étude sur les médias. *Portrait de la propriété dans le secteur de la télévision au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationtele.pdf>

Tableau 2.4

Influences du gouvernement sur les médias

<i>Charte canadienne des droits et libertés</i> Article 2 (« ... liberté de la presse et des autres moyens de communication »)
<i>Loi sur la concurrence</i> Loi générale (aucune disposition précise concernant les médias) Application supervisée par le Bureau de la concurrence
<i>Loi sur la radiodiffusion</i> Réglemente tous les radiodiffuseurs (la seule influence qui s'exerce sur les médias imprimés provient de la réglementation des entreprises mixtes; en 1999, le CRTC a décidé que les nouveaux médias sur Internet ne seraient pas réglementés à titre de radiodiffuseurs) Application supervisée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
<i>Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes</i> <i>Loi de l'impôt sur le revenu</i> <i>Loi concernant l'investissement au Canada</i> <i>Loi sur le droit d'auteur</i> <i>Loi sur la protection de l'information</i> <i>Loi sur l'accès à l'information</i>

144

¹⁴⁴ Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens. <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/reptfinjun06vol1-f.htm>

APPENDICE B

ENTREVUES AVEC LES JOURNALISTES

B.1	Alain Gerbier	115
B.2	Gary Arpin	134
B.3	Jocelyn Laberge	143
B.4	Vincent Marissal	152
B.5	Michel Van de Walle	165

ALAIN GERBIER

Dans le cadre de mon mémoire de maîtrise, j'étudie l'impact de l'évolution du journalisme contemporain québécois, à l'ère des médias de masse, sur sa mission démocratique. J'ai pour ce faire établi une définition de ce qu'est la mission démocratique du journaliste, tant dans une perspective historique que philosophique. Aussi, j'ai dû dresser un portrait de l'industrie médiatique québécoise contemporaine, afin de bien cerner les conditions dans lesquelles le journaliste québécois effectue son travail. Mon objectif est maintenant d'observer si le contexte médiatique québécois réunit les conditions permettant aux journalistes œuvrant dans les médias de masse d'exercer leur mission démocratique.

1) Pouvez-vous relater votre parcours professionnel en tant que journaliste?

J'ai commencé, si j'ose dire, sur le tard. Je suis rentré dans mon premier quotidien à 19 ans. J'ai fait trois ans au quotidien *La nouvelle république du centre-ouest*. J'ai fait a posteriori une école de journalisme, non pas pour l'école en soi, mais pour retarder mon départ au service militaire, et vu que j'ai refusé, je suis parti travailler un temps en Allemagne, un temps en Afghanistan et j'ai ensuite émigré au Canada. Au Canada, j'ai commencé par faire différents petits métiers à Toronto, où j'ai fait mon purgatoire, donc j'ai en l'espace d'un an et demi, deux ans, ingurgité tout ce qui fallait pour pouvoir être compétitif avec un journaliste local en ce qui concerne la connaissance de la géographie, de l'histoire, de l'économie, de la culture, enfin tout ce qu'il faut savoir. Ensuite, j'ai passé un certain nombre d'années à l'hebdomadaire *Les Affaires*. Après *Les affaires*, j'ai collaboré un temps au *Devoir*, j'ai fait parti de l'équipe de fondation du quotidien *Le jour*, le journal de René Lévesque, Parizeau, Yves Michaud. Je suis ensuite entré à l'AFP. J'ai fait dix ans à l'AFP, au Canada, aux États-Unis, au Mexique. J'ai travaillé vingt ans à Libération, de 1981 à 2001. J'ai travaillé pour une douzaine de quotidiens à travers le monde, j'ai collaboré à *La Presse*, j'ai couvert les Jeux olympiques de 1976 en radio. J'ai fait de la radio pour *France 3*, *Radio-France outremer*, et un peu de télé, donc, pour *RFO*, donc *Radio-France outremer*, en fait j'étais affecté à la couverture du Canada pour l'archipel de St-Pierre et Miquelon.

2) Comment définissez-vous l'espace public et de quelle façon le journaliste y est-il lié?

Justement, la première chose qu'on perd un peu de vue est que le journaliste, en fait, est un individu qui appartient à l'espace public. Il y a peu de choses qui distinguent le journaliste de n'importe quel citoyen, sauf deux choses. La première : une propension quasi permanente, obsessionnelle, à poser une question, qui est toujours la même : pourquoi. Ensuite une deuxième obsession, qui est celle de mettre à l'épreuve ce qu'on présente comme la vérité, la vérité étant un consensus social, généralement le consensus du groupe dominant. Ensuite, le journaliste est quelqu'un qui a normalement pour fonction de mettre à jour la genèse d'un événement, c'est-à-dire mettre en perspective, et ensuite, grâce à cette perspective, d'indiquer quelle va être la portée de l'événement. Et surtout, je pense de plus en plus que le journaliste n'est pas là pour apporter des réponses, le journaliste est là pour apporter des questions et encore des questions.

L'espace public, pour moi, est un espace relativement restreint. L'espace public, si je le traduais de façon concrète, c'est l'ancien forum romain, un espace où les gens se rencontrent. Donc aujourd'hui, il y en a plusieurs. Il y a justement l'espace universitaire, qui pour moi est le principal de tous ces espaces, c'est-à-dire que c'est un espace clos. Ensuite il y a l'espace médiatique, qui est celui des différents médias, qui est aussi un espace complètement clos. Et le troisième, c'est l'espace politique, c'est les différentes chambres, l'Assemblée nationale, etc. Qui est encore d'une certaine manière un espace clos. C'est-à-dire que c'est le troisième qui l'est le moins, parce que les politiciens sont commis par les électeurs, parce qu'ils ont des comptes à rendre aux électeurs et parce qu'ils sont obligés périodiquement de faire du porte-à-porte. Même si tout ça se fait avec des conventions, même si tout ça répond davantage à des rituels qu'à une véritable démocratie, c'est encore l'espace politique, l'espace des politiciens, qui est possiblement l'espace le plus ouvert. L'espace universitaire est un espace complètement clos, refermé sur lui-même. L'espace médiatique, même chose. C'est-à-dire que ça ne fait que s'aggraver. C'est-à-dire qu'il y a de moins en moins de journalistes qui sont sur le terrain, qui sont au contact de la population, et c'est en fait les journalistes qui s'observent les uns les autres et qui en fait se confortent les uns les autres.

3) De quelle façon le journalisme contemporain est-il influencé par l'image dans sa représentation du monde?

D'abord, parce que le journaliste, au départ, comme n'importe quel individu, il a un certain nombre de déterminismes. Il a été conditionné, à la fois par son environnement physique, par son environnement social, par son environnement économique. C'est-à-dire que déjà si on est, par exemple, à Kandahar, Afghanistan, au nord du désert du Baloutchistan, sur la route qui s'en passe par Kandahar pour aller à Kaboul, on est en plein territoire Pashtoun, on est au milieu d'une oasis, en fait, mais autour c'est montagne, désert, etc., c'est un milieu tout à fait particulier, donc on est conditionner par l'absence d'arbres, les traditions pachtous, par le fait qu'en 1893, Lord Durand coupe l'ennemi en deux quand il trace la frontière entre ce qui est à l'époque l'empire des Indes et aujourd'hui l'Afghanistan, donc entre le Pakistan et l'Afghanistan d'aujourd'hui. Si je prends la ville de Kandahar, qui existe aussi, qui elle se trouve en Saskatchewan, qui a d'ailleurs un lien avec la première. Ben là, on est au bord du lac Quill, au nord de la Saskatchewan. Là aussi il n'y a pas d'arbres, mais on est au bord d'un très grand lac salé. On est dans les prairies canadiennes, donc on n'a pas la même perception du monde, on n'a pas du tout la même perception du monde. D'un côté on est dans une société occidentale, dans l'autre on est dans une société qui est sur la charnière entre le moyen orient et l'extrême orient et l'Orient. Donc, à chaque fois on est conditionné. Donc le journaliste il n'échappe pas du tout à ça. Et donc le journaliste va avoir au départ un certain nombre d'images, de préjugés, et en plus il est obligé de continuellement construire son information. Ça veut dire que si on évoque un personnage quel qu'il soit, on évoque Martin Luther King, on va avoir l'épreuve de Martin Luther King sur le balcon où il vient d'être assassiné, on voit Martin Luther King au sol, ou on voit Martin Luther King à Washington en train de nous dire « the dream ». Si on songe à Pierre-Elliot Trudeau, on va songer à Pierre-Elliot Trudeau à l'entrée du Parlement en 1970 en train de dire « just watch me », ou René Lévesque on va l'imaginer au Centre Paul-Sauvé, c'est-à-dire qu'on a des sortes de clichés comme ça. Le journaliste construit son univers à partir d'un certain nombre d'images, qui sont en quelque sorte des sortes d'icônes, de fixations.

4) La concentration de la propriété des entreprises de presse a grandement touché le milieu médiatique québécois au cours des dernières décennies. Comment ce phénomène affecte-t-il selon vous le travail des journalistes?

On a un énorme problème au Québec. On a une approche aujourd'hui encore, même en 2009, une approche extrêmement paroissiale. Quand on regarde Radio-Canada, qui est sensée être une radio nationale, francophone, en gros Radio-Canada nous raconte qui se passe dans la paroisse, avec un esprit paroissial. C'est-à-dire que, on ne s'en rend pas compte parce qu'on est au cœur de la paroisse à Montréal. Mais si on est en région, on va se rendre compte que les régions sont totalement ignorées. Si on est un métis francophone qui habite du côté de Batoche, au nord de Saskatoon, on va comprendre qu'on se s'intéresse jamais à nous, qu'on ne rend jamais compte de nos activités. Donc c'est très paroissial. Dans les journaux, c'est la même chose. C'est la perception. Ça tient à la structure de la presse ici, c'est-à-dire qu'elle est très locale, il y pratiquement pas de journaux nationaux, alors qu'en créer aujourd'hui c'est l'enfance de l'art avec internet, avec la possibilité d'imprimer en région et tout, il n'y a plus de problèmes de transport. Donc, il y aurait des moyens de faire un journal national. Tout est toujours extrêmement local, avec des considérations locales. Il y a deux explications à mon sens derrière ça. La première, c'est que c'est plus facile de traiter quelque chose de local, parce qu'il n'y a pas beaucoup de mise en perspective à faire. On raconte ce qui vient de se passer comme on raconterait un incident domestique. Quand on rentre déjeuner ou souper le soir. La deuxième chose, c'est qu'il y a derrière ça aussi des considérations purement commerciales. C'est-à-dire que les grands groupes ici, soit *Transcontinental*, *Quebecor* ou *Gesca*, ils n'ont pas envie d'un journal national. C'est-à-dire qu'ils préfèrent en fait de petits fiefs locaux, ils vont donc drainer la publicité sur un plan local. Et surtout, ils ont un pouvoir, c'est vraiment le principe de la division, du petit territoire, etc. Je suis étonné qu'il y ait personne qui ait songé à bousculer tout ça, créer un journal ou un médium national, et surtout à donner une vision plus globale du pays. Pour moi, ça trahit une absence de curiosité, une absence de mises en perspective, mais il y a un conditionnement à ça. C'est le résultat d'un conditionnement. Il n'y a pas de curiosité. Ça fait 25 ans ici que je pose la même question : « Qu'est-ce que la bande de Gaza? ». J'ai toujours 25% de personnes qui me répondent que c'est un gang de rue. Je pose des questions beaucoup plus locales. c'est-à-dire « Quelles sont

les chaînes de montagnes au Québec? » J'ai rarement quatre chaînes de montagnes, et surtout les chaînes de montagnes qu'on me propose, c'est assez étonnant. On me propose régulièrement les Rocheuses, la Cordillère des Andes, j'ai même eu cette session l'Himalaya, avec bien sûr entre parenthèses : « je ne suis pas certaine ». Je ne dis pas ça pour être condescendant, mais ce que ça trahit c'est qu'il y a aucune conscience de l'espace physique dans lequel on vit, alors c'est quand même troublant que les journaux du Québec ne soient pas capables de rendre compte de l'espace physique dans lequel se déploie le Québec. Parce qu'il y a un discours qui est un discours unique, et parce qu'un individu va parler de ce qu'il le préoccupe, donc il n'y a pas de diversité dans le discours de la presse. C'est-à-dire que déjà il y a l'échange des contenus, parce que maintenant on ne parle plus, chez *Quebecor*, de journalistes, mais de fournisseurs de contenus. Il y a donc l'échange des contenus, c'est-à-dire qu'autrefois un journaliste du *Soleil* faisait un papier propre à Québec, un journaliste de Montréal faisait un papier propre à Montréal, un journaliste de *La Tribune* faisait un papier propre aux Cantons de l'est. Aujourd'hui, c'est pratiquement le même texte qui va tourner dans les trois régions, donc on perd la spécificité. Et qui est, si j'ose dire, le titre dominant? C'est *La Presse*. Donc, en fait, on va privilégier ce qui est montréalais par rapport à ce qui est trifluvien ou ce qui est sherbrookoïse. Et pour moi, c'est un énorme problème. C'est pour ça que ça me fait sourire quand on parle d'appartenance, etc. C'est-à-dire qu'on appartient à Montréal, mais on a aucune conscience de ce que représente en tant qu'espace le Nunavik. On n'a jamais d'informations sur le Nunavik. Il faut qu'il y ait une avalanche à Kangiqsualujjuaq pour que tout à coup on découvre qu'il y a quatorze communautés Inuk au Nunavik. On ne sait pas ce qui se passe sur la basse Côte-Nord. Donc c'est ça le principal problème : c'est que les patrons, ou les gens qui sont dans ces journaux là sont des Montréalais, donc ils ne vont parler que de Montréal.

5) Les médias de masse étant les propriétés de grandes entreprises de presse, lequel, entre l'intérêt public et l'intérêt privé de ces entreprises, est-il selon vous primordial dans l'exercice du travail journalistique?

Théoriquement, c'est toujours l'intérêt public. C'est véritablement l'intérêt public. La chose qui me frappe, c'est que j'ai jamais vu, enfin si j'ai vu, mais rarement, quelqu'un poser une

ligne éditoriale ou imposer à un journaliste ce qu'il devait écrire. Par contre, on va l'orienter, c'est-à-dire que qu'on va lui demander de couvrir un certain nombre d'événements, qui finalement ne mériteraient pas une couverture. Donc en gros, on va lui demander de se substituer à un relationniste. Pour moi, le meilleur exemple, c'est les déclarations des hommes politiques. Un homme politique va faire une déclaration, le journaliste ne va pas se poser la question de savoir « Est-ce que ça mérite qu'on y fasse écho, est-ce que c'est quelque chose d'important? » Non, il va entrer dans pratiquement un schéma, qui est presque imposé par le politicien, qui est de connivence avec le propriétaire du journal. On ne va pas se cacher les accointances, on va dire, libérales, par exemple, de *Gesca*. Et le journaliste, justement, va faire écho sans esprit critique, sans se dire « Finalement, cette déclaration de Jean Charest n'a strictement aucun intérêt. » Ou alors, on ne va pas rendre compte de la déclaration, mais on va par contre essayer de voir ce qui derrière, ou pourquoi il y a tout à coup cette espèce de contre feu qu'il est en train d'allumer, c'est-à-dire « Pourquoi il fait cette déclaration maintenant? Quelle est la raison d'être? ». Il n'y a pas ce genre d'attitude. Les journalistes sont en gros des manutentionnaires de l'information aujourd'hui, ils passent les infos comme on passe des plats.

Pour revenir à la question, l'intérêt public, ça impliquerait une compréhension de l'événement. Or, je vais dire quelque chose d'un peu cruel : je ne suis pas convaincu qu'il y ait 10% des journalistes qui aient une compréhension de l'événement, qui aient même les connaissances pour appréhender l'événement. Là aussi il y a une pression de la part de l'employeur, c'est-à-dire qu'on demande au journaliste de faire vite. Mais l'excuse du manque de temps, je la trouve irrecevable. C'est-à-dire que quand quelqu'un veut s'interroger sur une situation, il n'y a personne qui l'empêche de le faire. Et au contraire, le rôle du journaliste c'est d'arriver avec, si j'ose dire, un scoop, quelque chose qui va faire que les lecteurs vont se précipiter sur le journal et que les ventes et le tirage vont augmenter. Donc, il y a une très grande paresse de la part des journalistes. Il ne faut pas oublier une chose, c'est que le journaliste est un individu qui a lui-même des intérêts. C'est-à-dire que je vois mal un éditorialiste ayant vécu dans un quartier bourgeois, urbain, tout à coup s'intéresser à la condition des agriculteurs du bas du fleuve St-Laurent. C'est-à-dire que c'est toujours la même chose, on s'intéresse à ce qui nous a touchés de près. Le journaliste, lui par contre,

devrait être proactif et s'intéresser à même ce qui est à l'extérieur de sa sphère habituelle. Et c'est le travail qui n'est pas fait.

6) De quelle façon la concentration de la presse a-t-elle influencé la diversité de l'information au Québec?

Je vais rappeler quelque chose. En 1974, il y avait à Montréal sept quotidiens. Il y avait le *Montréal-Matin*, fondé en 1930, il y avait *La Presse*, fondé à la fin du XIX^e siècle, *Le Devoir* fondé en 1910, il y avait le *Journal de Montréal* fondé en 1964, il y avait *The Gazette*, qui est l'héritage du journal de Fleury-Mesplets, il y avait le *Montreal Star*, qui lui aussi datait de la fin du XIX^e, et il y avait *Le Jour*, fondé en 1974. Ça veut dire qu'on avait cinq quotidiens francophones et deux quotidiens anglophones. Il y avait forcément, parce qu'il y avait concurrence, une telle concurrence, une distinction entre les journaux. C'est-à-dire que ce qu'on trouvait dans *La Presse* n'était pas ce qu'on trouvait dans *Le devoir*, et ce qu'on trouvait dans *Le Jour* était encore différent, et dans le *Montréal Matin*, et dans le *Journal de Montréal* encore différent. Le problème est toujours le même, c'est très sain d'avoir autant de quotidiens, la difficulté c'est de savoir comment ils allaient économiquement survivre. Aujourd'hui le problème, ce n'est pas le nombre de quotidiens, c'est la diversité. C'est-à-dire qu'aujourd'hui, si on ouvre *La Presse*, je vais voir dans *La Presse* ce que j'ai entendu cinquante fois à la radio la veille, le matin, etc. J'ouvre *Le Devoir*, je vais voir la même chose, je vais voir le *Journal de Montréal*, je vais voir la même chose. Pourquoi? Parce que l'obsession aujourd'hui n'est pas d'avoir un scoop, c'est de ne pas avoir de ratages. Ça veut dire que tout le monde tient le même discours, tout le monde raconte la même chose, et c'est archi malsain. C'est même suicidaire en ce qui concerne le journalisme. Alors, la concentration de la presse, ce qu'elle a apporté, c'est une espèce de voix unique, une espèce de pensée unique, et c'est ça sa principale faiblesse. Et encore une fois, j'y arrive parce qu'on parle de presse écrite, je présume, principalement. La presse écrite, aujourd'hui il n'y a plus de valeur ajoutée, plus aucune valeur ajoutée. Donc en réalité, si un journaliste n'est pas capable de faire davantage que n'importe quel blogueur, ou n'importe quel journaliste citoyen entre guillemets, il a aucune raison d'être. En fait, il vient de se suicider. Parce qu'on ne va pas se raconter d'histoire, toutes les professions sont comme ça. Je peux être peintre

amateur, donc je peux peindre mon appartement, mais le jour où je vais avoir besoin de peindre de façon très professionnelle, et surtout dans un laps de temps très court, je vais faire appel dont c'est le métier. C'est la qualité professionnelle du peintre qui va justifier que je fasse appel à lui, sinon aller payer un peintre alors que je peux moi-même prendre le rouleau, le pinceau, et peindre mon appartement. Dans le journalisme, c'est la même chose.

7) Les transformations technologiques qui ont marqué le XX^e siècle dans le domaine de la communication ont fait grandement évoluer les façons dont les journalistes exercent leur métier, accélérant considérablement les délais selon lesquels cet exercice est effectué. Quels impacts ce phénomène a-t-il sur le travail journalistique?

Le principal effet, c'est l'accélération. Ça a toujours été l'accélération. Les erreurs sont là dès le début. C'est-à-dire qu'il y a toujours ce qu'Edgar Morin appelle la composante hallucinatoire, c'est-à-dire que tout à coup il y a quelqu'un qui prend ses désirs pour des réalités. C'est le cas de *La Presse* qui nous annonce l'arrivée triomphante de l'Oiseau blanc alors qu'ils ont disparu dans le Maine ou au large de Terre-Neuve, c'est *La patrie* qui nous annonce le sauvetage du Titanic grâce à la DSF alors qu'on sait qu'il y a 1500 morts. Ça existe toujours, ça, c'est pas nouveau. La chose qui a changé, c'est justement la diminution des coûts. C'est un phénomène qui est comparable à ce qu'on voit dans le cinéma. C'est-à-dire qu'autrefois, quand on était avec du 35 mm, les caméras n'étaient pas accessibles à tout le monde. Aujourd'hui, tout le monde a son caméscope, tout le monde peut faire un film. Aujourd'hui, tout le monde peut transmettre. Je donne un exemple en trois étapes. Je ne vais pas la jouer ancien combattant parce que j'ai connu l'époque du plomb, mais si je songe au quotidien *Le Jour*, en 1974, lorsqu'on voulait envoyer le quotidien *Le Jour* à Rouyn-Noranda, il fallait le parc de La Vérendrye, il y avait huit heures de route, c'est-à-dire que les gens recevaient le journal en fin de journée ou le lendemain. Fallait vraiment vouloir diffuser le journal. Aujourd'hui, à la limite, si on voulait faire la même chose, on transmet par courriel, ça ne coûte strictement rien, on transmet les pages du journal et on les imprime à Rouyn-Noranda, c'est-à-dire que le coût est tellement diminué, les questions de transmission sont tellement allégées que ça devient extrêmement accessible. Il y a deux contreparties à cela. La première c'est justement la rapidité. La rapidité fait qu'il y a de moins en moins de

temps de réception. La deuxième plaie, c'est le copier-coller. C'est-à-dire qu'il y a, ça ressemble beaucoup à la tour de Babel, une cacophonie extrême, il y a une incapacité à hiérarchiser l'information et il y a des failles dans la fiabilité. C'est-à-dire qu'une image aujourd'hui, justement, c'est ça le défaut, la technologie est allée un peu loin ou un peu vite. C'est-à-dire qu'une image se trafique. Moi, tu peux me représenter dans le défilé du 14 juillet, tu peux gommer Sarkozy, tu me mets à côté de Carla Bruni, et à la limite personne ne verra la faille. On peut trafiquer une image, on peut trafiquer un son, donc il y a un problème d'authenticité de l'information. Pour moi, la seule manière qu'il y ait de contrer ça, c'est justement la mise à l'épreuve de ce qui est présenté. C'est-à-dire à chaque fois, ce qu'on ne faisait peut-être pas autrefois, fournir non seulement une source, que la source soit vérifiable et également préciser les limites de la fiabilité. C'est-à-dire préciser que telle info a été récoltée dans telles circonstances, de telles manières et voilà le degré de crédibilité que l'on peut lui accorder. Pour moi, on n'a pas progressé. Au contraire, je pense que c'est comme si on avait ouvert un barrage et on ne contrôlait plus le flot. Par exemple, la métaphore du barrage, c'est qu'un barrage hydro-électrique, il y a une conduite forcée, on contrôle le débit de l'eau, cette eau produit une énergie. Là c'est un peu comme si le barrage venait de lâcher. C'est-à-dire que tout à coup c'est un tsunami qui ravage une vallée, on ne fait plus d'électricité, on ne fait plus rien avec cette masse parce qu'elle est complètement incontrôlée. C'est pour ça que j'utilise cette métaphore là, c'est que quand il y avait un contrôle de l'information, je veux dire un rituel, c'est-à-dire qu'on allait davantage sur le terrain. Le problème aujourd'hui, c'est qu'en réalité, il y a de moins en moins, paradoxalement, de travail sur le terrain. De moins en moins de travail au contact. On délègue à des gens qu'on ne connaît pas, dont on ne peut pas évaluer la fiabilité, éventuellement le soin de recueillir l'information, sans qu'ils aient la capacité d'analyser, de percevoir, de décoder, etc. Et puis ensuite, quand cette information arrive brute, il n'y a pas de mise en perspective, elle est proposée brute. C'est-à-dire qu'il n'y a pas ce qu'il y avait autrefois, c'est-à-dire qu'on cherchait à dégager le sens de l'information. Aujourd'hui, le sens : bof, pratiquement absent, parce qu'on est toujours dans l'instantané, on est toujours dans le jeu de table. On est dans le « fast news », aujourd'hui.

8) Les évolutions technologiques le permettant, nous assistons régulièrement à l'éclosion de nouvelles plates-formes médiatiques, telles que les réseaux d'information continue ou l'internet. Quels impacts cette multiplication des plates-formes médiatiques a-t-elle sur le journalisme contemporain?

Il radote, il devient paradoxalement superficiel. Si je prends le cas de l'information continue, qui, à part un journaliste et un diplomate, parce qu'il faut ne jamais oublier, enfin il y a trois personnages principaux. Il faut comprendre que les agences de presse n'ont pas été créées au XIX^e siècle pour avoir une action altruiste. Elles sont toutes créées avec un objectif qui est bien précis, qui est en fait faire de l'argent et servir un certain nombre de communautés, en fait trois communautés. La première, essentiellement, les commerçants, les gens qui jouent en bourse. Ce n'est pas par hasard si Charles-Louis Havas a installé ses locaux près de la place de la bourse à Paris, ou que Julius Reuters a fait la même chose dès qu'il l'a pu, côté londonien. Ces gens là au départ, ils ont en tête le coup d'argent de Rothschild au moment de Waterloo, et leur idée c'est de pouvoir faire de l'argent, justement, en ayant en quelque sorte une connaissance privilégiée ou plus rapide de l'information. C'est ça la véritable motivation. La deuxième communauté que ça sert, c'est la communauté on va dire politique, c'est-à-dire les diplomates. Toutes les agences aujourd'hui crèveraient si elles ne fournissaient pas leurs services aux différentes missions diplomatiques, les ambassades, les ministères des Affaires étrangères, les missions économiques, etc. Le troisième groupe, c'est les journalistes eux-mêmes, qui en fait se repiquent les uns les autres pour faire de l'argent avec ce qu'ils ont copié-collé du voisin.

La multiple question des plates-formes, elle a comme conséquence le fait que tout à coup, il y a une sorte de dispersion et il n'y a plus de contrôle. C'est-à-dire qu'il y avait, si j'ose dire, autrefois un certain nombre de filtres, ou de canaux, qui faisait qu'on avait le temps de vérifier que si on avait eu quelque chose dont la crédibilité avait été tout à coup mise en défaut, c'était l'entreprise qui était menacée parce qu'elle n'avait plus sa raison d'être. Aujourd'hui, le problème de l'information continue, c'est justement qu'on ne fait pas ce que ça aurait pu être. C'est en fait, à part les trois communautés que j'ai évoquées, donc diplomates. les actionnaires. les journalistes. qui a besoin de regarder les informations minute

après minute. Sauf si on est chômeurs, si on s'emmerde, si on est chez soi, si on est sur le « B.S. », c'est pas vrai qu'on va passer la journée devant l'info continue. Or, le problème de l'info continue, c'est qu'elle qu'il faut qu'elle fasse du temps d'antenne. Et ça aurait pu être très bien si l'info continue avait, et là elle aurait été une vraie menace pour la presse écrite, consacrée beaucoup de temps à l'analyse, à la mise en perspective. Or ce n'est pas le cas, elle ne fait que radoter. C'est-à-dire qu'on va me dire 50 fois, 60 fois, la même chose. J'ai le souvenir des débuts de la télévision continue ici au Québec, c'était le fameux accident de la descente des éboulements. J'ai le souvenir du journaliste Michel Jean, je crois, qui en était rendu à nous parler de la marque des pneumatiques de l'autobus ou de nous raconter à quoi ressemblait le gravier du bord de la route. C'est-à-dire que ça n'a plus aucun intérêt. On est dans le remplissage, on est dans le blabla, on est dans la complaisance. Or, il n'y a rien de plus stérile et de plus dangereux que cette dérive là. Ça veut dire que l'info continue, sincèrement, c'est une logorrhée. Ça ne remplit pas sa mission, c'est en fait un leurre. Et les nouvelles plates-formes, on va être sincère, elles n'ont pratiquement rien apporté de positif, vraiment rien apporté de positif. C'est-à-dire que je ne vois pas les gens mieux informés, je ne vois pas les gens avec un esprit et une tête mieux faite, je ne vois pas les gens émancipés, je ne vois pas les gens plus à même de comprendre une situation. Je vais même plus loin que ça, ça va tellement vite, on leur parachute tellement d'informations et puisqu'en contrepartie il n'y a pas eu l'éducation préliminaire, c'est-à-dire qu'on n'enseigne pas la géographie, on n'enseigne pas l'histoire, les gens ne peuvent pas mettre en perspective, ne peuvent pas cerner les informations que l'on propose. Tout ce que j'évoquais tout à l'heure, le fait qu'aujourd'hui encore il y a 25%, le quart de la population québécoise, qui pensent que la bande de Gaza, même s'il y a eu l'offensive israélienne en janvier dernier, c'est une gang de rue, pensent que c'est une bande de terroristes. Ça veut dire qu'on va parler en ce moment du Sri Lanka, si on faisait un sondage, je suis à peu près convaincu qu'il n'y a pas une personne sur dix qui est capable de situer le Sri Lanka, qui est capable d'expliquer qu'il y a deux communautés ethniques principales. Même les journalistes ne font pas le boulot. Par exemple, on a annoncé la fin de la guérilla, mais on n'a pas rappelé que par exemple en 1989 Rajiv Gandhi est assassiné par un kamikaze tamoul. C'est-à-dire qu'on n'a pas proposé de mise en perspective de la guérilla tamoule, de pourquoi les Tamouls réclament la création d'un État indépendant dans le nord-est de l'île. etc. On est dans quelque chose qui est, si j'ose

dire, sans ancrage. Les nouvelles plates-formes me font penser que ce n'est pas l'ordinateur qui fait l'écrivain. Ce que je suis en train de dire, c'est que si un écrivain a du papier, un support, un stylo, il va écrire un roman s'il a dans sa tête une œuvre. Moi j'ai travaillé sur des machines à écrire mécaniques, j'ai travaillé sur à peu près toutes les générations d'ordinateurs. Si j'ose dire, les nouvelles plates-formes, c'est l'équivalent de l'écran plat. Au lieu d'avoir une console qui pèse 30 kilos, on a maintenant un « laptop » qu'on glisse dans un sac. Oui, le support technique a évolué, il évolue, c'est presque une question de mode, de miniaturisation, mais le fond, lui, n'a pas changé. Le fond c'est toujours une quête, non pas de la vérité parce que la vérité, encore une fois, est quelque chose de tout à fait circonstanciel, mais la quête de la compréhension de ce qui nous entoure, la quête de la compréhension des événements et de la portée des événements. Et je ne suis pas passéiste quand je dis ça. Je ne suis pas contre le progrès technologique. Au contraire, puisque je me rappelle de certaines époques où transmettre était un vrai cauchemar. Il fallait trouver un téléphone, il fallait mettre des oreillettes sur le combiné téléphonique, il fallait des cartes, c'était un vrai cauchemar. Aujourd'hui, on transmet pratiquement n'importe où. On est en pleine toundra, on va transmettre. Je ne suis pas contre la technologie, je suis contre le fait qu'on pense que le contenant est le contenu. Pour faire court, c'est contre ça que j'en ai.

9) Dans quelle mesure le Conseil de Presse du Québec, le Bureau fédéral de la concurrence ou le CRTC ont-ils un effet sur l'exercice du travail journalistique?

Je considère qu'ils n'en ont pas beaucoup. La question, ça peut être aussi : « Est-ce qu'il faut qu'il y ait un encadrement? ». Là il y a un problème, c'est qu'effectivement, si on est dans des situations de monopole ou de quasi-monopole, ce qui est pratiquement le cas au Québec aujourd'hui, effectivement on a un problème. Il y a un déficit sur le plan démocratique. Il y a un déficit parce qu'il n'y a pas de place pour l'expression d'une diversité de point de vue. Le problème, justement, c'est qu'éventuellement l'encadrement n'est pas suffisamment ferme et suffisamment clair, c'est-à-dire que par exemple on devrait avoir une loi qui contre un peu les concentrations croisées, notamment. Pour moi, la caricature c'est *Quebecor* ici. La deuxième chose, il faudrait peut-être, ce serait plus efficace, des moyens de soutien à la diversification de la presse. C'est-à-dire, éventuellement permettre des allègements fiscaux, des choses

comme ça, à des gens qui veulent monter des entreprises, de pouvoir les monter. C'est-à-dire qu'on pourrait envisager très facilement que de jeunes entrepreneurs montent une agence de presse québécoise qui rendrait compte de ce qui se passe dans toutes les régions. Et c'est relativement facile aujourd'hui avec la technologie, justement. Merci la technologie! Mais, faire en sorte qu'il y ait tout à coup une sorte de soutien pour le lancement d'une telle entreprise. C'est-à-dire faire en sorte qu'il y ait une vraie concurrence. Encore une fois, je reviens toujours à la même idée : il y a un manque d'imagination. Enfin, c'est-à-dire que le journaliste le plus ouvert, le plus curieux, ne peut donner ce qu'il a. C'est-à-dire que si au départ le journaliste a pour seule ambition ou obsession d'avoir sa photo à côté de son « buy line » dans la presse, ça n'évoluera pas beaucoup.

10) Que doit être, selon vous, le rôle du journalisme en 2009?

Et bien en 2009, on va revenir à la fameuse citation d'Albert Londres : « On n'est pas là pour être pour ou contre, on est là pour porter la plume dans la plaie. » La partie importante de la situation, c'est porter la plume dans la plaie. C'est-à-dire tout à coup expliquer le sens de ce qui nous environne. C'est-à-dire être curieux, remettre en question tout ce qu'on présente comme étant quelque chose d'établi, de normal. De montrer les contradictions, questionner sans cesse. Par exemple, pour moi on est rendu dans une situation qui est complètement loufoque, qui ne peut pas empêcher les gens d'être cynique. Si je prends le simple exemple des deux situations liées au terrorisme. Il y a Omar Khadr qui est donc toujours prisonnier à Guantanamo. Il y a un tribunal qui explique au gouvernement de Stephen Harper que le Canada viole ses propres lois, celles sur la torture, celles sur les enfants soldats. Et je n'ai pas vu dans les journaux de levées de bouclier, de remises en question. Comment dire? Que l'on a un gouvernement qui est incohérent. Et on a la même contradiction avec le ressortissant canadien, mais d'origine soudanaise, qui est actuellement de couler des jours heureux, enfin je ne sais pas si ils sont heureux, mais enfin de couler des jours tranquillement à l'ambassade Khartoum. C'est-à-dire que le Canada ne veut pas le rapatrier, parce qu'il est sur une liste d'interdiction de vol, alors qu'il y a la possibilité de le rapatrier. Argument du gouvernement de Stephen Harper : c'est un terroriste. Mais si on y réfléchit deux secondes, ça veut dire que le gouvernement de Harper dans le même temps donne l'asile à un terroriste à son ambassade

de Khartoum. Tout ça devrait être tous les jours dans les journaux, pour qu'au moins il y ait une explication, qu'il y ait une réflexion. Il n'y a pas ce genre de réaction. Ça veut dire qu'à la fois les politiciens et les journalistes du même coup perdent leur crédit. Donc le journaliste en 2009, il devrait bêtement, tous les jours se poser la question : Que se passe-t-il? Pourquoi? Et être capable de mettre en perspective. Il y a deux problèmes, deux failles. Et là je vais un peu cracher dans la soupe. Il y a le problème des écoles de journalisme. C'est-à-dire qu'on fabrique aujourd'hui des journalistes comme on fabrique des saucisses et des chaussures. Je vais même aller plus loin, aujourd'hui on fabrique des journalistes comme l'empire japonais fabriquait des kamikazes à la fin de la II^e guerre mondiale. C'est-à-dire que le but n'était pas de fabriquer des pilotes expérimentés, le but était de fabriquer des gens capables de faire décoller un avion et de le faire s'écraser sur les bâtiments de la marine américaine. En gros, ce qu'on fait, c'est qu'on fabrique des gens qui sont capables, à peu près, de torcher un texte en suivant la pyramide inversée, mais sans se demander de quoi parle-t-on, pourquoi, et de mettre en perspective. Ils sont la plupart du temps incapables de se poser des questions, ils sont incapables de mettre en perspective, parce qu'ils ignorent ce qui s'est passé antérieurement. Et il n'y a même pas de questionnement sur l'environnement. Je sais que si je voulais m'amuser, je demanderais même à mes collègues une question toute bête : pourquoi a-t-on le Nouveau-Brunswick au Canada? Et je sais que, même si tous les jours les gens citent dans les provinces le Nouveau-Brunswick, il n'y en a pas un sur cent qui va être capable d'expliquer pourquoi on a le Nouveau-Brunswick, ou expliquer quelles sont les ressources, on va dire, minières du Québec ou, etc. C'est-à-dire que les gens vivent dans des milieux extrêmement (cloisonnés), ce qui est normal pour le citoyen lambda, mais pour un journaliste, être dans des milieux extrêmement cloisonnés, extrêmement fermés, c'est pratiquement un non-sens.

11) Dans le contexte médiatique actuel, le journalisme est-il exercé en accord avec ce rôle?

Ça dépend de l'individu. Si on parle, pour moi, de ce qui est à l'heure, c'est-à-dire du fameux journalisme citoyen. C'est-à-dire qu'il y a l'obsession. Il ne faut pas oublier qu'il y a aussi des considérations commerciales. C'est-à-dire que l'idée, c'est « il faut être proche du citoyen

pour que le citoyen soit fidèle, vienne sur votre blog, ou vienne sur votre site, ou achète votre journal, etc. La proximité avec le citoyen ne se fait pas comme ça. Et je vais le dire vulgairement, ce n'est pas parce qu'on baise avec le lecteur ou le téléspectateur qu'on est plus proche de lui. Ce qui va faire qu'on être proche du lecteur ou du téléspectateur, c'est qu'on le renseigne, c'est qu'on l'informe, c'est ce qui est important. On n'est pas là encore une fois pour lui faire plaisir, on est là pour le rendre plus libre, plus intelligent, pour lui permettre d'être plus à même de comprendre une situation. Alors, le journaliste, aujourd'hui, il n'a pas changé. C'est-à-dire que ça peut être n'importe qui. N'importe qui peut être journaliste. Ce qui fait que l'on est journaliste, c'est que tout à coup on a une capacité à questionner et une rigueur dans le questionnement. C'est essentiellement ça. Si on a la capacité à questionner, si on a la capacité à comprendre et à transmettre cette compréhension, si on a surtout la rigueur dans le questionnement, on peut être journaliste et on n'est pas tellement différent du journaliste du XIX^e siècle. On s'entend, quand je dis du XIX^e siècle, je prends des risques, parce que je n'ai pas en tête les journalistes, on va dire, de l'époque des journaux d'opinion. Je n'ai pas en tête Étienne Parent, Jules-Paul Tardivel, etc. Ce que je veux dire, c'est qu'on n'est pas différents des journalistes qui enquêtaient sur une situation, qui rendaient compte d'une situation sans parti pris.

Je considère que la situation actuelle est favorable à ça. Il y a une sorte de marasme, une sorte d'effondrement. C'est-à-dire que le système est en train de s'écrouler sur lui-même. Il y a une cacophonie incroyable. Je vais donner un exemple puisque je l'ai vécu. Je fais partie de l'équipe de *Libération* au moment où le journal se relance en 1981. Et si j'ose dire, là ça fait un peu ancien combattant, mais l'âge d'or de *Libération* qui va durer une décennie. Il y a tout à coup une formule, qui est une formule intéressante, qui est une formule gagnante, c'est-à-dire justement qu'on parle des gens dont on ne parle pas d'habitude, on tire sur tout ce qui bouge, on a un regard critique à peu près sur tout et on est sur le terrain en permanence. Et il y a surtout ce regard critique. Et tout à coup, il y a une volonté de diversification, le journal n'échappe pas à ce qu'ont fait les autres, c'est-à-dire une radio, diversifier les supports. Mais tout à coup il y a aussi la volonté de concurrencer la télévision. On va faire un journal qui va être en quelque sorte pratiquement une encyclopédie. Alors, dans le journal initial, le principe, c'est « on raconte une histoire ». C'est-à-dire qu'on fait du quotidien magazine, on

raconte une histoire et à l'intérieur de cette histoire on fournit toutes les informations indispensables. Donc la lecture est agréable, mais mine de rien, comme on fait avaler un sirop en l'enrobant d'un goût de framboise, l'histoire fait que les gens apprennent une foule d'informations, se questionnent, etc. Mais c'est à l'intérieur d'une histoire, on peut lire le journal en deux heures grosso modo. À partir de 1990, quand on en fait une espèce d'encyclopédie, c'est comme si on achetait l'encyclopédie *Brittanica*, ou autre chose. Pour lire toutes les entrées, déjà ça n'a plus le même côté attrayant, parce qu'il faut lire des statistiques, parce que c'est plein de données et donc ça ne se lit pas dans le cœur d'une histoire, ça ne s'apprend pas dans le cœur d'une histoire, et il faut huit heures pour lire le journal. Ça devient complètement stupide, c'est-à-dire que là le journal rate son coup. Il va devenir une sorte de médium qui est impossible à utiliser. Ils vont essayer de corriger depuis, ils sont tombés depuis, malheureusement, dans ce qu'on fait depuis, c'est-à-dire du spectacle, du divertissement, et non plus de l'information. Ce que je pense, c'est que cet effondrement des médias en ce moment, c'est l'occasion ou jamais de revenir à ce qui est à la base du métier. C'est-à-dire justement informer les gens, c'est-à-dire mettre à l'épreuve ce qu'on présente comme la vérité, c'est-à-dire avoir un regard critique. Comment dire? On est très proche de démarches comme celle de Paolo Freire. C'est-à-dire que l'idée c'est que justement il y a une fonction d'émancipation du lecteur, c'est-à-dire faire en sorte que le lecteur puisse comprendre ce qu'on est en train de lui raconter, ce qu'il est en train de vivre. Et non pas lui asséner, c'est aussi pour ça, et je dirais aussi surtout de l'amener à un questionnement. Alors qu'en ce moment, on ne fournit que des réponses. Le problème des réponses, c'est que quand on fournit des réponses tout est figé. Alors que la fonction du journaliste n'est pas d'apporter des réponses, c'est d'apporter des questionnements. C'est pour ça qu'aujourd'hui, alors qu'on est dans des lieux communs, des réponses toutes faites, donc dans un effondrement total du monde médiatique, enfin je parle du journalisme quand je parle du monde médiatique, il y a justement cet espace, ou ces espèces de ruines, sur lesquels il y a moyen de reconstruire quelque chose qui va être cohérent, et qui est en fait la principale fonction du journaliste.

Pour moi, ces journaux (médias de masse) là sont devenus ce qu'on les a vus devenir, les signes avant-coureurs sont là très tôt. ce sont des circulaires. Pour moi. je ne fais plus de

distinctions entre *La Presse*, *Le Journal de Montréal* et ma circulaire *Métro* ou *Loblaws*. Ce que je veux dire, c'est que ça serait possible aussi dans les médias de masse, mais pas dans les médias de masse tels qu'on les connaît en ce moment. Par exemple, il y a un journal qui s'appelle *XXI*, *XXI^e siècle*, qui est en train de réussir ce pari là. C'est-à-dire que c'est un journal qui est relativement cher, ou alors c'est le cas, par exemple, prenons le *Courrier international*. Le *Courrier international* réussit ce travail là, parce qu'en quelque sorte il fait un « best off » de ce qui se fait dans la presse mondiale, et donc il y a tout à coup une qualité dans l'information. C'est-à-dire qu'il n'y a pas un article qui va être là pour remplir, il y a un article qui est là parce qu'il y a un sens, il touche à quelque chose d'assez profond. Et ces journaux là sont lus, ces journaux là ont véritablement un lectorat, ces journaux là, c'est pas du « fast news ». En général les gens vont conserver les numéros, vont revenir sur les numéros, donc il y a vraiment une place même dans les médias de masse. Ce n'est pas le support qui pose problème, c'est véritablement la manière dont est exercée la profession. C'est la profession qui a été galvaudée. C'est-à-dire que, on voit ça dans tous les domaines, ça n'a rien de nouveau, toute la société est en train d'avoir ce glissement, tout le monde veut être comédien, il y a aujourd'hui pratiquement plus de comédiens dans la salle que sur la scène, tout le monde veut faire du cinéma. Pour moi, c'est quelque chose qui à terme est condamné, ça va durer un temps, parce qu'encore une fois ce sont les enveloppes qui ont évolué. Encore une fois on peut modifier un contenu très facilement, c'est du cosmétique, mais le travail de fond, s'il n'est pas là, il n'y aura pas de clients. Donc, dans les médias de masse, s'il y a un moment donné un médium qui décide, lui, d'avoir un niveau d'exigence, une qualité, il va retrouver un lectorat très vite. Le problème, c'est qu'aujourd'hui, sont entrées dans les journaux je dirais une, voire deux, générations de gens qui n'ont plus, on va dire, la rigueur qui est nécessaire, ou qui en fait ne propose plus ce qui justifie l'activité ou la profession du journalisme. Ce n'est pas une question uniquement d'éducation médiatique, parce que le journalisme, on va dire les choses comme elles sont, c'est un état d'esprit, c'est strictement un état d'esprit. Autrefois, la formation était fort simple. Et je peux comparer, j'ai connu les deux. Il y avait la formation rapide, accélérée. Tu entras dans une rédaction, on te disait : « Ben voilà, un chien mord un homme, c'est pas une nouvelle. Par contre, un homme mord un chien, c'est une nouvelle. » En gros, la formation se limitait à ça. Ce que je veux dire, c'est que justement c'était du terrain et c'était surtout cette impression que c'est un

boulot qu'il faut réapprendre et refaire tous les jours. Alors qu'aujourd'hui, les écoles donnent un peu l'impression aux gens qu'ils ont compris la technique. C'est une technique, en fait, et donc ce sont des techniciens qui en fait font du travail à la chaîne, justement sans réfléchir. Pour moi, le problème, c'est le journaliste qui a abdiqué son rôle. Si le journaliste reprend son rôle, même dans des médias de masse, on retrouvera une place. Faut pas oublier une chose, derrière toute entreprise, grosse ou petite, il y a toujours des individus. Si l'individu qui est à la tête de cette entreprise est quelqu'un qui a ce genre de préoccupations, on retrouvera un médium qui fera sans doute sa place, et qui fera école un temps. Le problème sera toujours le problème de l'usure et de l'autosatisfaction. Si le médium en question connaît un énorme succès et qu'il n'est pas capable en permanence de se renouveler, dans le sens de se remettre en question, d'être toujours attentif, toujours vigilant, il sombrera dans une sorte de complaisance et il déclinera. Mais il y a cette possibilité permanente. Je ne suis pas pessimiste, rapport à la plupart de mes collègues, je ne suis pas pessimiste. Les journaux qui s'écroulent en ce moment, ce sont des journaux qui ont mal fait face à la concurrence de la télévision, d'internet, etc. C'est-à-dire que la presse écrite aujourd'hui, et même la télé et les autres, passe à côté parce qu'ils ne restent pas dans leur créneau. C'est exactement comme moi, avec le physique que j'ai, si je voulais concurrencer Marie Chouinard en danse. Je m'excuse, j'ai aucune aptitude. Par contre, je suis sans doute meilleur que Marie Chouinard, je présume, en plomberie, en sculpture, enfin en un certain nombre d'autres domaines. Ce qui veut dire, à chacun son créneau. Et donc, si les médias arrêtent de s'observer les uns les autres, de se copier, mais surtout cherchent à se définir et à retrouver leur rôle fondamental, ils vont s'en sortir, ils vont survivre. Et pour moi, c'est exactement comme les empires. On est dans le déclin de l'empire médiatique et à un moment donné il y aura quelque chose qui réémergera et on reviendra justement à plus de démocratie, à plus de curiosité, à plus de rigueur. C'est une sale période à passer, pour être honnête, mais en même temps je trouve ça passionnant. Parce que justement, toi tu tombes dedans, mais dans dix ans tu risques d'arriver dans une période qui risque d'être intéressante, parce qu'on aura fait le tri. Moi, Darwin, j'adhère totalement, parce que les journaux qui doivent disparaître auront disparu. Parce que je ne veux pas croire, il y aura toujours des secteurs où c'est le divertissement qui prime, mais puisqu'il y a quand même parallèlement un besoin d'information. auront sans doute émergé des médias qui font véritablement de l'information.

Par contre, on perdra peut-être une grande partie des lectorats, parce qu'aujourd'hui, le problème c'est : tu parles d'une information, est-ce que les gens ont le minimum de référent pour pouvoir comprendre de quoi on parle. Autre question, et je termine la dessus, la faute est aux journalistes. C'est que depuis longtemps, ça c'est le défaut de tous les gens qui veulent se valoriser, c'est l'exclusion. C'est qu'il y a présomption de connaissance. C'est-à-dire que les journalistes parlent à tous les jours de sujets comme si l'ensemble de la population savait de quoi ils parlent. Ils oublient deux choses. Ils oublient les changements de génération. C'est-à-dire que, par exemple, nous connaissons tous le référendum de 1995, et déjà le référendum de 1980 tout le monde ne l'a pas vécu aujourd'hui. Donc voilà, il y a cet oubli là permanent. Et la deuxième chose, c'est que les journalistes vivent dans un vase clos, comme je le disais tout à l'heure. Eux baignent dans ce milieu là. Il faut à chaque fois expliquer aux gens, mais ils ont le réflexe, c'est un réflexe presque corporatif, c'est le même réflexe que les médecins qui conservent la médecine bien cachée pour que le patient, ou le client, soit presque en état de dépendance et que ça justifie, on va dire, leur hégémonie, leur « standing ». Les journalistes ont tendance à faire ça, alors que ça ne peut pas s'appliquer au journalisme, justement. L'obligation du journaliste, c'est le partage, c'est la vulgarisation.

GARY ARPIN

Dans le cadre de mon mémoire de maîtrise, j'étudie l'impact de l'évolution du journalisme contemporain québécois, à l'ère des médias de masse, sur sa mission démocratique. J'ai pour ce faire établi une définition de ce qu'est la mission démocratique du journaliste, tant dans une perspective historique que philosophique. Aussi, j'ai dû dresser un portrait de l'industrie médiatique québécoise contemporaine, afin de bien cerner les conditions dans lesquelles le journaliste québécois effectue son travail. Mon objectif est maintenant d'observer si le contexte médiatique québécois réunit les conditions permettant aux journalistes œuvrant dans les médias de masse d'exercer leur mission démocratique.

1) Pouvez-vous relater votre parcours professionnel en tant que journaliste?

Essentiellement, 20 ans de journalisme. La moitié de ça en télévision et en radio publique, l'autre moitié en télévision privée à Montréal. J'ai été à Radio-Canada et TVO pour le volet public et en termes de privé, j'ai fait trois ans au réseau de télévision global à Montréal et j'ai fait sept ans au réseau TQS à Montréal en tant que reporter.

2) Comment définissez-vous l'espace public et de quelle façon le journaliste y est-il lié?

Ça devient de plus en plus brouillé, l'espace public, versus l'espace privé. L'espace public, c'est les affaires publiques. C'est tout ce qui n'est pas du domaine privé, mais qui a une incidence quand même. C'est brouillé entre l'espace public et l'espace privé, parce que les décisions qui peuvent se prendre par la collectivité ont une influence sur notre espace privé. Le journaliste est au cœur de cet espace public là, finalement : l'espèce de courroie de transmission dans une société moderne où les médias modernes, la radio, la télé, l'internet, se substituent à d'anciennes formes de socialité. Dans l'antiquité, on avait l'agora. On avait le parvis d'église ici au Québec dans les années 40 et 50. Donc, il y a un espace public qui s'est médiatisé et c'est un phénomène nouveau. Ça existe depuis environ 1952, la télé, la radio depuis 70 ans. Quand on pense à l'ensemble de l'évolution humaine et sur l'ensemble de l'existence des hommes sur la planète. c'est très, très, très récent. Ce sont de nouvelles

formes de communication qui sont en mutation et en changement continuels dans un univers technologique qui change. Le journaliste est au cœur de cet espace public, il est sensé relayé aux individus privés les informations nécessaires pour fonctionner en tant que société.

3) De quelle façon le journalisme contemporain est-il influencé par l'image dans sa représentation du monde?

L'image c'est très important, ça a une grosse influence, une influence plus grande que je pense même les journalistes le réalisent. Ça a une influence très forte parce que, il y a des études qui ont été faites par des psychologues aux États-Unis, un monsieur Mehabiah entre autres, les mots comme tels ne comptent que pour 7% du sens d'un discours public. Alors, 93% du sens est dégagé par la façon qu'on les sort, ces mots là, et ce qu'on a l'air de dire, le langage corporel. Donc, l'image c'est important, et les journalistes qui se disent objectifs, froids et très neutres face à tout ça se laissent influencer malgré tout. Il va y avoir des codes de reconnaissance culturelle dans la simple image, dans la simple façon qu'une personne se présente. Si une personne est de gauche ou de droite, ça se décode avant même souvent que la personne ouvre la bouche. L'autre exemple que j'aime bien donner est de comparer la campagne d'Obama à celle de Hillary Clinton. Si on met une photo à gauche de Hillary Clinton avec Bill Clinton et Madeleine Albright, trois personnes à tête grise qui sont là depuis longtemps, et Hillary qui nous dit : « On est prêt pour le changement ». De l'autre côté, on a Obama avec sa femme et ses deux enfants, c'est une reproduction de l'époque des Kennedy, et on regarde ça, on dit « Change you can believe in, change you can trust. ». Avant même d'ouvrir la bouche, Obama va avoir l'air beaucoup plus crédible que Hillary, qui dit qu'elle est prête pour le changement, mais quand on y pense vraiment, Hillary, Bill, les Bush, ça fait 20 ans que ces gens là sont au pouvoir et il n'y a pas grand-chose qui change. Ces images là sont très fortes, et les journalistes les décodent et les intègrent, malgré eux parfois, pour se faire un jugement sur ce qui peut se dire par après et ça influence beaucoup notre perception des enjeux et notre façon, par exemple, de rapporter les événements.

4) La concentration de la propriété des entreprises de presse a grandement touché le milieu médiatique québécois au cours des dernières décennies. Comment ce phénomène affecte-t-il selon vous le travail des journalistes?

Les couloirs sont beaucoup plus étroits. Les journalistes maintenant ne sont pas dans un environnement très concurrentiel. On est dans une situation d'oligopole au Québec. Il y a l'empire Quebecor contre l'empire Gesca, et quelques indépendants à travers tout ça et Corus. Donc la concentration fait en sorte que le journaliste est souvent orienté vers des histoires qui sont dictées par un empire médiatique. On ne se le cachera pas, il y a une espèce de tandem Radio-Canada/La Presse versus Quebecor et parfois il y a des histoires qui sortent d'un côté et qui ne sont pas repris par l'autre, parce que justement il y a cette espèce d'idée de concurrence là et on se demande parfois si c'est vraiment l'intérêt public qui règne, ou l'intérêt public qui est au cœur des intérêts des médias. Je pense qu'il faut se poser des questions sérieuses. Ce n'est pas vraiment l'intérêt public, mais un intérêt corporatif souvent qui vient détourner l'intérêt public. On peut toujours relativiser ça et essayer de justifier certaines couvertures plutôt que d'autres. Je pense que l'on est allé depuis une vingtaine d'années vers des empires très distincts qui font en sorte qu'il y a moins de concurrence. À cause du fait qu'il y a moins de concurrence, on cible moins l'intérêt public, ou c'est plus flou. L'intérêt public devient plus flou dans un environnement comme celui-là.

5) Les médias de masse étant les propriétés de grandes entreprises de presse, lequel, entre l'intérêt public et l'intérêt privé de ces entreprises, est-il selon vous primordial dans l'exercice du travail journalistique?

C'est parfois un et parfois l'autre. L'intérêt public est là c'est sûr, dans la plupart des cas, mais souvent c'est l'intérêt de l'entreprise qui passe. L'expression consacrée dans les salles de nouvelles, c'est de trouver « ses histoires », avoir « nos histoires à nous », que ce soit à la télé ou à la radio. Dans l'environnement qui change aussi, on n'a qu'à regarder La Presse, qui est devenue une espèce de grand magazine quotidien plutôt qu'un quotidien d'information, mais ça encore une fois c'est à cause des changements technologiques qui s'opèrent au niveau d'internet. Les nouvelles ne sont plus fraîches le matin, les nouvelles sont un peu

vieilles, donc on essaye de pondre des dossiers, des dossiers qui sont des dossiers d'empire. Cette semaine on pouvait voir un dossier sur la vieillesse dans La Presse, la semaine prochaine ce sera la drogue dans les écoles. Bref, il y a des cycles aussi et il y a toujours les mêmes sujets qui reviennent. Est-ce que ce sont des sujets d'intérêt public? Oui, mais en même temps, ce sont des impératifs d'empires économiques qui dictent que l'on va essayer de générer ses propres histoires, pour essayer de maintenir et même élargir son lectorat ou son auditoire. Encore là, la ligne est très floue entre les intérêts économiques de ces entreprises là et l'intérêt public. Mais je crois que c'est de se leurrer que de croire purement que c'est l'intérêt public qui *drive* les salles de nouvelle au Québec. C'est tout à fait faux. Dans l'idéal peut-être...

6) De quelle façon la concentration de la presse a-t-elle influencé la diversité de l'information au Québec?

Il y a moins de diversité qu'il y en avait, je pense. Encore là, ce sont les empires. On va voir des unes de Star Académie d'une part, on va voir des unes de Loft Story. Est-ce que c'est vraiment d'intérêt public? C'est très discutable. Mais je crois sincèrement, je suis économiste de formation, qu'il y a des vertus à la concurrence. Oui, il y a des vertus à la synergie des entreprises plus grandes, mais les vertus de la concurrence l'emportent sur la synergie des entreprises plus grandes. Il y a des études aux États-Unis même qui démontrent que plus on est concentré, moins on couvre de sujet, il y a moins de concurrence pour trouver la bonne histoire. Encore là, on génère des histoires pour son empire, pour essayer de cibler son petit coin de terrain ou son profil sociodémographique, mais je pense qu'il y a moins de diversité qu'il y en avait et on couvre moins d'histoires. Peut-être pas au Québec, mais aux États-Unis il y a une étude qui s'appelle le *The state of the media* du PEW Research Center, journalism.org. On a fait une vaste étude aux États-Unis pour démontrer qu'en dépit de la multiplication à outrance de plate-forme, on semble couvrir moins large, un moins grand nombre d'histoires. On prend une histoire et on la décline sous ses 26 coutures au détriment d'autres histoires qui, à la face de son intérêt public, devraient avoir une couverture, mais n'en a pas. Je pense qu'il y a moins de diversité qu'il y en avait il n'y a pas si longtemps.

7) Les transformations technologiques qui ont marqué le XX^e siècle dans le domaine de la communication ont fait grandement évoluer les façons dont les journalistes exercent leur métier, accélérant considérablement les délais selon lesquels cet exercice est effectué. Quels impacts ce phénomène a-t-il sur le travail journalistique?

Je pense que si moi je faisais une thèse de maîtrise, ce serait sur cette question là. Les journalistes n'ont plus autant de temps pour faire leur travail. Moi, quand j'ai commencé en télé, on avait toute la journée pour aller tourner nos images, ensuite on avait une heure pour visionner ce qu'on avait tourné, on avait une heure pour écrire notre reportage, le préparer, et une heure pour le monter. Par les temps qui courent, on divise ça par trois. Et, dans la cueillette, on n'a pas de temps pour cueillir l'information non plus parce qu'on a un direct à faire à midi, un direct à 2 heures à RDI ou à LCN et ensuite un reportage à livrer. Donc, il y a très peu de temps pour un faire la cueillette d'informations et deux digérer cette information là, la gérer, l'analyser. Donc, il n'y a plus de temps de cueillette, plus de temps d'analyse, c'est *in and out, in and out* et le résultat, c'est que c'est du très vite fait au niveau de l'information. On n'a pas le temps de bricoler, on n'a pas le temps d'analyser, on n'a pas le temps de réfléchir, essentiellement. Et là, on va aussi demander au journaliste de s'impliquer technologiquement. Alors, les changements technologiques on eu un effet pervers, jusqu'à un certain point, sur le temps que le journaliste a pour réfléchir, s'approprier l'information et la livrer.

La qualité baisse peut-être. La qualité souffre, c'est sûr, mais aussi la quantité d'information. Comme je le disais tantôt, il y a une moins grande diversité d'information, on couvre moins de nouvelles, il y a une moins grande qualité, c'est sûr, on n'a pas le temps de faire les vérifications qu'il faut. Combien de fois on est allé en ondes pour annoncer le décès d'Huguette Proulx? Ou c'est Paul Berval, je pense, qui a été tué trois par TVA avant qu'il ne décède de sa véritable mort. Il y a plein d'erreurs. À RDI, à Radio-Canada aussi, qui va en onde avec quelqu'un qui nous disait que sa femme était dans un écrasement d'avion à Toronto et puis qu'elle s'était fait arracher le bras alors qu'on croyait que personne n'était blessé. Vérification faite par la suite, après avoir mis en ondes cet homme là on s'est rendu compte que c'était un canular. Alors on n'a pas le temps de vérification. ce qui mène à

beaucoup d'erreurs et de dérapages comme ceux-là, et une information qui n'est pas aussi complète que ça l'était avant. C'est sûr que l'on peut creuser dans le Net, on peut aller chercher nos sources d'informations ailleurs, mais le journaliste a beaucoup moins de temps qu'il en avait il n'y a pas 10 ans.

8) Les évolutions technologiques le permettant, nous assistons régulièrement à l'éclosion de nouvelles plates-formes médiatiques, telles que les réseaux d'information continue ou l'internet. Quels impacts cette multiplication des plates-formes médiatiques a-t-elle sur le journalisme contemporain?

Encore une fois, c'est la pression de sortir la nouvelle continuellement, on est en connectivité continue, on est continuellement branché, donc le journaliste n'a tout simplement pas le temps de faire les vérifications d'usage qui devraient se faire et on va en ondes très rapidement. Moins de temps pour faire la cueillette d'information, moins de temps pour la comparer, moins de temps pour vérifier ses sources : le journaliste est ni plus ni moins une courroie de transmission souvent. Il va prendre quelque chose qui est déjà *prépackagé* par les relationnistes et puis tout le reste et il va aller mettre en onde essentiellement l'essentiel de ça, parce que c'est toujours la tyrannie des deadlines, la tyrannie de la cote d'écoute et la tyrannie des clips, aller chercher l'extrait sonore, qui pèse sur le journaliste.

Encore là, je retourne à journalism.org. Ce qu'on indique c'est qu'on multiplie les plates-formes et on couvre moins d'histoires. On n'a moins de temps, et si on demande au journaliste d'en faire plus en terme de plates-formes, et tout ça, avec une petite histoire, c'est du temps de cueillette. Si on va nourrir trois plates-formes dans une journée, c'est du temps qu'on va consacrer là. Il y a juste 24 heures dans une journée, on ne pourra pas consacrer ce temps là à faire des vérifications, à vérifier des sources, à peut-être faire une recherche supplémentaire. En même temps, c'est un outil extraordinaire qu'on a au niveau de l'internet, les journalistes, pour faire cette recherche là. Je ne sais pas comment on fonctionnait avant sans cet outil là, c'est vraiment extraordinaire. Mais il faut se méfier, parce que l'internet c'est le « far web » et le « far web » est pas toujours fiable, il faut vraiment faire ses vérifications. et on n'a vraiment pas le temps de le faire. Pour le journaliste. j'ai l'impression

que ça va aller juste en s'accroissant, aussi. On va en demander toujours plus, la machine médiatique en veut toujours plus, on est en connectivité continue, mais est-ce qu'on a vraiment le temps de faire le travail pour livrer un produit qui est fiable, qui est conforme aux normes les plus strictes, je ne suis pas certain.

9) Dans quelle mesure le Conseil de Presse du Québec, le Bureau fédéral de la concurrence ou le CRTC ont-ils un effet sur l'exercice du travail journalistique?

Le Conseil de presse joue un rôle de chien de garde, sauf qu'il a très peu d'impact, parce que ce n'est pas un tribunal décisionnel, ce n'est pas un tribunal qui peut imposer des peines, ça n'a pas vraiment de conséquences. C'est vraiment un tribunal d'ordre moral, plus qu'autre chose. Le Bureau fédéral de la concurrence et le CRTC, c'est là que ça se joue au niveau économique. Le CRTC a permis, par exemple, à des empires médiatiques d'avoir le premier quotidien dans un marché et la première télévision dans un même marché, c'est TVA et le *Journal de Montréal*, alors que ça aurait été interdit n'importe où aux États-Unis. L'équivalent du CRTC américain interdit d'avoir une propriété croisée, d'être numéro un dans un médium et numéro un dans un deuxième. C'est proscrit, il n'y a pas un marché aux États-Unis (qui le fasse). Donc, on gère la concurrence, on encourage la concurrence aux États-Unis, alors qu'ici on a tendance à laisser aller à la concurrence et bâtir des monopoles ou des oligopoles, des gros empires, pour des raisons économiques, pour pouvoir par exemple générer de plus grandes salles des nouvelles, donner plus de ressources. En tout cas, c'est l'argument souvent utilisé. Mais je ne suis pas certain qu'en bout de ligne on s'en tire beaucoup mieux au niveau de la diversité de l'information. J'ai vraiment l'impression que si on avait encouragé la concurrence, il y aurait encore ici au Québec des propriétaires qui voudrait être propriétaire du *Journal de Montréal* indépendamment de TVA et je ne pense pas que la vitalité du journalisme aurait été affectée. Au contraire, j'ai l'impression qu'il y aurait une plus grande diversité, une plus grande concurrence, qui aurait pour résultat d'enrichir ce qui se produit en nouvelles au Québec.

On ne ressent pas l'impact direct du bureau de la concurrence ou du CRTC, mais on ressent l'impact, par exemple. des gens dans certains médias qui disent : « Il faut couvrir tel ou tel

événements, ou faut couvrir telle ou telle productions télévisuelles parce que ça fait partie de l'empire et il faut le faire. » Dans ce sens là, ça a un impact. Le journaliste n'est donc pas affecté directement par ça, mais son environnement n'est pas le même en vertu des décisions prises par le CRTC. Le CRTC n'a pas encouragé la concurrence et il n'y a pas autant de concurrence, je pense, qu'il pourrait y en avoir dans les médias au Québec.

10) Que doit être, selon vous, le rôle du journalisme en 2009?

Informar la population sur des histoires d'intérêt public. Au Québec, c'est toujours le même rôle, d'essayer de chercher un peu la vérité et de partager cette information là avec tout le monde, pour que les gens soient en mesure de prendre des décisions privées, mais qui ont un impact sur l'espace public. Qu'ils puissent aller voter, qu'ils puissent faire des choix, qu'ils puissent s'exprimer de façon éclairée. Alors, le journaliste, essentiellement, a comme mission de bien informer la population sur des questions d'intérêt public.

11) Dans le contexte médiatique actuel, le journalisme est-il exercé en accord avec ce rôle?

Je pense que les journalistes en général croient que c'est le rôle qu'ils ont à assumer. Je crois qu'ils exercent ce rôle-là, qu'ils le font bien, qu'ils travaillent fort et qu'il y a une bonne volonté de le faire. Mais encore là, ça se fait à l'intérieur d'empires médiatiques, ça se fait à l'intérieur de grands conglomérats, et malgré eux des fois ils ont des contraintes et ils sont régis par des directives qui font en sorte qu'ils ne couvrent pas aussi largement qu'ils pourraient le faire dans un contexte qui serait davantage concurrentiel.

J'ai pas dit que l'intérêt public domine complètement, mais il joue un rôle plus grand qu'avant. Il a toujours joué un rôle aussi, jusqu'à un certain point. Le journaliste, je pense, dans son for intérieur croit qu'il fait ça. Mais j'ai connu des journalistes qui sont journalistes pour les mauvaises raisons, aussi. Il y a beaucoup de journalistes, beaucoup de jeunes à l'université, qui veulent devenir journalistes parce qu'ils veulent devenir des vedettes médiatiques plus que par cette volonté de vouloir informer. Mais je pense que les journalistes

ont cette volonté d'informer, d'aller chercher l'information. Il y en a une minorité, bien sûr, qui sont là que pour leurs intérêts personnels, par vanité. Mais dans l'environnement actuel, c'est de plus en plus difficile, je pense, de pouvoir naviguer, de pouvoir explorer toutes les avenues possibles pour un journaliste. Il est très contraint et très régi dans ces empires là, dans le cadre de ces grosses machines médiatiques là, qui imposent des sillons très précis pour plusieurs journalistes.

JOCELYN LABERGE

1) Pouvez-vous relater votre parcours professionnel en tant que journaliste?

Au début des années 60, déjà, j'ai commencé à faire du journalisme en région, en même temps que je poursuivais mes études collégiales et universitaires. J'ai travaillé quelques années en région, après mes études universitaires, puis ensuite j'ai travaillé à Montréal jusqu'en 2002, à Radio-Canada principalement. J'ai été journaliste généraliste au départ, ensuite aux affaires municipales de 74 à 77, au moment des Jeux olympiques. Ensuite, j'ai pris une année sabbatique. Ensuite je suis embarqué dans le dossier de la politique, l'énergie, les élections fédérales, municipales, provinciales, les dossiers autochtones, le développement économique, le développement des ressources naturelles. Autrement, il y a une seule chose que je n'ai pas faite, c'est le ménage!

2) Comment définissez-vous l'espace public et de quelle façon le journaliste y est-il lié?

Le social, l'économique, le politique. Si c'est l'activité économique et politique, le journalisme a un rôle fondamental, puisque son travail est en quelque sorte d'informer la population et comme c'est, avec le hockey, les deux manettes du métier, on constate qu'effectivement le travail journalistique est principalement concentré à la fois dans le domaine politique et dans le domaine du sport. C'est incontournable. On est au restaurant, et si on regarde les gens lire les journaux, ils commencent presque tous par la fin. Alors, ceci posé, qu'est-ce qu'il reste maintenant comme place pour le social, une fois que l'on aura regardé les *écrapous* et tout ce qui est les faits divers? Donc, on se rend compte que sur ce plan là, le journalisme québécois est très déficitaire. Qui va voir dans la société ce qui se passe au niveau du monde ordinaire? Personne, parce qu'en général, les journalistes font partie de la classe que je qualifierais de l'élite de la société. Ils ne prennent pas le métro, ils ne prennent pas l'autobus pour aller travailler. S'ils prennent leur vélo, c'est parce que c'est à la mode. Donc ils ne savent pas ce qui se passe dans la société, malheureusement, trop souvent. Ils ne voient que l'épiphénomène qu'est la politique et le sport, trop souvent.

3) De quelle façon le journalisme contemporain est-il influencé par l'image dans sa représentation du monde?

Plus souvent qu'autrement, l'image commence par soi-même. Je connais des journalistes qui ne veulent pas prendre leur retraite parce que leur image disparaîtrait, ils ne seraient plus ce qu'ils sont. Ils n'arriveraient pas à comprendre ce qui se passe autour d'eux, parce que trop souvent, on émet une interprétation à partir de l'image de ce que les autres se font de ce qu'est la réalité. La critique porte principalement sur le fait que la presse en général aujourd'hui n'arrive pas à témoigner de la réalité, donc l'image qu'elle donne de ce qui se passe dans la société est peut-être un peu trop floue. On ne sait pas ce qui se passe, dans notre société, à moins d'aller dans le nouveau type de journalisme qui apparaît, vraiment local, au bas des paquerettes. Associations, journalistes professionnels et journalistes citoyens vont collaborer de plus en plus dorénavant, informer un quartier de ce qui se passe chez lui. Ça ira du menu d'un restaurant à son permis de la ville de Montréal sur est-ce que c'est propre dans les cuisines, jusqu'à des transactions immobilières autour, voir qui va dominer comme propriétaires dans le quartier. Est-ce que ce sera les Chevrefils qui ont l'épicerie *Métro* ou bien le marchand *Rona* qui achète de plus en plus de vieilles cabanes pour attirer les acheteurs qui vont rénover tout ça. Ce qui semble vouloir se déterminer dorénavant, c'est que l'image de la société que les journalistes vont rendre, il y en aura deux. Il y en aura une qui sera globale, loin de la réalité, et une qui sera plus proche de la réalité, qui viendra du rapprochement entre les journalistes et les citoyens.

4) La concentration de la propriété des entreprises de presse a grandement touché le milieu médiatique québécois au cours des dernières décennies. Comment ce phénomène affecte-t-il selon vous le travail des journalistes?

Il y a une normalisation qui se crée, une normalisation dans le sens où tout le monde va dire la même chose. Si c'est dans le *Journal de Montréal*, les journalistes de *La Presse* vont se faire reprocher, si c'est chez *Corus*, les journalistes de *Radio-Canada* à la radio vont se faire reprocher, si c'est chez *TVA*, les journalistes de *Radio-Canada* à la télévision vont se faire reprocher de ne pas l'avoir couvert. Donc, il y a cette tendance vers la normalisation et cela a

provoqué des choses assez importantes. Je me rappelle qu'à l'Assemblée nationale à l'époque, il y avait beaucoup de journalistes qui couvraient. Ce n'est pas uniquement parce que le *Parti québécois* est arrivé au pouvoir en 1976, c'est parce qu'il y avait un intérêt pour la politique québécoise. Il est arrivé que les journalistes qui couvraient l'Assemblée nationale ne pouvaient plus vivre maintenant autrement qu'en se demandant : « C'est quoi ton *lead*? » Donc, tout le monde était pareil. Conséquence : on a vu disparaître les postes de journalistes à l'Assemblée nationale. Alors, la concentration dans un seul groupe, ou dans deux groupes comme c'est le cas présentement dans l'écrit au Québec, avec *Gesca* d'un côté et *Quebecor* de l'autre, on voit apparaître une uniformisation de l'information. Principalement chez *Gesca* présentement, parce que les quotidiens régionaux sont là pourquoi? Est-ce qu'ils véhiculent beaucoup d'informations régionales, ou est-ce que les revenus publicitaires qui proviennent des régions servent plutôt à faire vivre la grosse presse à Montréal? On peut se poser la question. On voit qu'il y a une brisure du lien d'information entre la région et son quotidien, ou la région et son poste de radio ou de télé, parce que les grands réseaux, qu'ils soient écrits ou électroniques, siphonnent l'argent que l'on fait dans les régions pour l'envoyer à Montréal. En contrepartie, il faut économiser encore plus, donc normalisons. Que tout le monde soit pareil, et qu'on passe la même information avec un bandeau différent quand c'est un journal et très court quand c'est une émission de télé ou de radio d'information.

À propos de la normalisation, en politique municipale il y a 20 ans, l'hebdomadaire de Villeray couvrait la politique municipale. Tout ça a disparu avec ce que j'appelle la normalisation, c'est-à-dire l'acquisition par Transcontinental de tous les hebdomas locaux. Maintenant, il n'y a plus de couverture politique. Tu regardes *Le reflet du plateau*, il n'y a rien. Avant, c'était des journaux dynamiques, qui parlaient de ce qui se passait réellement dans le quartier. C'est ça la normalisation de l'information : on répond à une norme, la même pour tout le monde. Comme le régime de santé au Canada : si on veut qu'il tienne, ça prend des normes, les mêmes pour tout le monde.

5) Les médias de masse étant les propriétés de grandes entreprises de presse, lequel, entre l'intérêt public et l'intérêt privé de ces entreprises, est-il selon vous primordial dans l'exercice du travail journalistique?

Dans le contexte où c'est le marketing qui l'emporte dorénavant, on voit que des quotidiens comme *La Presse* vont plutôt couvrir la tendance, la chronique, l'opinion d'un tel, la perception d'un tel. C'est comme s'il y avait plus de chroniqueurs que de journalistes. Il y a un danger à ça, c'est que si on n'a pas d'informations brutes, ordinaires, couvertes par des anonymes qui travaillent comme des malades pour trouver quelque chose, de quoi peut-on parler ensuite comme chroniqueur. Il faut que l'on parte de faits, et que l'on parte de la réalité, pour ensuite réfléchir, chroniquer là-dessus, et avoir une opinion qui va faire controverse ou qui va faire ensuite qu'on discutera. Si bien qu'on confond maintenant, à cause de cette raison de marketing. On confond le rôle entre l'information et la chronique, le point de vue, etc. Et les gens, eux, ne font pas cette distinction : « C'est dans *La Presse*, c'est dans *le Journal de Montréal*, c'est un tel qui a dit ça, c'est un autre qui pense comme ça. » Et ça devient qu'on perd le sens profond du métier de journaliste qui est d'informer et à partir de ce moment là, il y a cette dérive là que la réflexion, le point de vue de l'un, devient le fait, dont tout le monde veut débattre. Et ça va aller plus loin : les émissions de radio du matin ne s'inspireront pas de l'information, mais de ce que certains disent des événements qui se sont déroulés pour animer leurs propres débats. On voit se gonfler ce ballon qui semble être la réalité, qui devrait être la réalité, mais qui est en fait au départ qu'une affaire de marketing et qui dévie le sens du geste journalistique. On ne va plus vers le quotidien pour lire l'information, mais pour voir le point de vue du chroniqueur. Je regarde autour de moi, les gens vont aller directement voir ce que Réjean Tremblay a écrit, ce que Martineau a écrit, ce que Lagacé a écrit. On ne va pas là pour l'information, maintenant. On va là pour savoir ce qu'eux ont interprété.

C'est l'intérêt privé à ce moment là qui prend le dessus. Ce n'est pas l'information, mais le moyen par ce marketing de faire encore plus d'argent, de vendre plus de copies et ainsi de vendre plus de publicité et donc d'avoir encore plus d'argent.

6) De quelle façon la concentration de la presse a-t-elle influencé la diversité de l'information au Québec?

Je crois que l'influence est négative, au départ. Regardons la concentration *Quebecor* : télé, journaux, magazines et *peoples*. On s'alimente entre soi. Il n'y a plus ce mur qu'avait exigé à l'époque le CRTC entre *Quebecor* et *TVA*, par exemple. Les règles ont changé. L'impact de cela, c'est que l'un s'alimente de l'autre, et l'autre s'alimente de l'un. Principalement, *TVA* va aller mettre de l'avant les informations sorties par le *Journal de Montréal*, donc ça fait moins de journalistes à *TVA* pour travailler sur leurs propres nouvelles, et l'inverse va se produire aussi. Ça va aller plus loin dans l'association qu'on a avec, entre autres, le 98,5, l'un ne peut pas vivre sans l'autre et l'autre ne peut pas vivre sans le premier. Tous se cannibalisent, en quelque sorte, donc c'est l'information qui est cannibalisée, c'est l'information qui est normalisée, et à partir de ce moment là c'est l'information qui perd de sa particularité, de sa personnalisation. Je reviens toujours à ça : ces maudites normes. Tout est pareil, il n'y a plus rien de plus important l'un que l'autre, si bien qu'il y a un étalement. Quand le cœur arrête de battre, sur l'oscilloscope la barre est de plus en plus basse, si bien que le niveau malheureusement descend de plus en plus à cause de ça et le dénominateur commun, c'est d'être comme tout le monde. On n'en a rien à branler du dénominateur commun, surtout du plus bas. De ce temps là, on se tient dans le dénominateur commun. C'est ça l'impact de la concentration de la presse : tout devient tout et dans tout. Il n'y a plus de personnalité rattachée à un média. Il n'y a plus de marque de commerce dans le média, son identité disparaît.

7) Les transformations technologiques qui ont marqué le XX^e siècle dans le domaine de la communication ont fait grandement évoluer les façons dont les journalistes exercent leur métier, accélérant considérablement les délais selon lesquels cet exercice est effectué. Quels impacts ce phénomène a-t-il sur le travail journalistique?

Je pense que tout le monde le reconnaît, la « RDIsation », je dirais, « Newsworldisation », la « LCNisation », tout ça fait que il faut sortir l'histoire point, qu'elle soit complète ou incomplète. d'abord incomplète. Si bien qu'il y a des dérapages, malheureusement, alors que

ça devrait permettre de la diffuser plus amplement, de façon très sérieuse. On va y aller avec des bribes, et surtout la rumeur va devenir une nouvelle. C'est ça le danger principal : le n'importe quoi va aller en onde, on va raconter n'importe quoi, quitte à s'excuser plus tard, relativement. C'est encore une fois ce dénominateur commun qui va descendre. La barre descend à cause de cela, donc la qualité de l'information descend, est moins bonne. Et qui va en souffrir encore? Ce n'est pas les gens qui vont faire la nouvelle, ce sont les gens qui vont écouter la nouvelle. La confusion s'installe à ce moment là, à un premier degré. Et à un deuxième degré, on perd tout de vue. Tout est important, il n'y a plus de hiérarchisation de l'information. C'est un fait divers, c'est ça qui va ouvrir parce que l'on a parlé à quelqu'un qui est là. Ce n'est pas ce qui pourrait être le plus important dans l'avenir de la démocratie qui est important, mais c'est ce qui vient de se produire, alors que c'est trivial. C'est ça le danger : il n'y a plus de catégorisation.

8) Les évolutions technologiques le permettant, nous assistons régulièrement à l'éclosion de nouvelles plates-formes médiatiques, telles que les réseaux d'information continue ou l'internet. Quels impacts cette multiplication des plates-formes médiatiques a-t-elle sur le journalisme contemporain?

Ceux qui en soulèvent le plus, ce sont les médias écrits, les journaux. Il faudrait qu'ils se réorientent, et c'est commencé dans certains endroits, vers leur site internet. On l'a vu apparaître un peu partout, qui deviennent en temps réel maintenant une source d'information. Moi, je trouve que c'est un peu répétitif tout ça. Ce qui est *Cyberpresse* va remplacer ce qui n'est plus *La Presse*. Et on voit une évolution, c'est probablement pour ça que ça se fait encore, de la présence de la chronique dans l'écrit, pour laisser place à l'internet sur l'immédiat. Comme on voit à la télé généraliste par rapport à *RDI* ou *LCN*. Ce qu'ont voit, donc, c'est qu'on va réserver l'approfondissement de l'information à la télé à des émissions d'affaires publiques pour, sur l'information continue, sortir n'importe quoi, peut-être, mais au moins d'allumer la lumière. Sans catégoriser malheureusement, donc, de sortir de l'information. Si on arrive à cet équilibre, qui est possible, là on va réussir. Je ne crois pas que pour le moment, on soit dans cet état d'équilibre, entre « je sors la nouvelle » et « je l'approfondis », sur deux plates-formes. Sortir sur la première. approfondir sur la deuxième. Il

n'y a pas encore, ou plutôt presque pas, d'approfondissement, mais il y a beaucoup de choses qui sortent et qui ne sont pas traitées profondément.

C'est sûr que sur l'information continue, ça devient des têtes parlantes qui malheureusement n'ont pas le temps de réfléchir trop souvent, qui doivent avoir le bon air et se coucher de bonne heure. Est-ce que le journaliste de l'écrit devra faire une copie pour l'internet? Est-ce qu'il devra prendre l'appareil photo ou une petite caméra en même temps, diffuser une séquence sur l'internet aussi? Il y a des choses qu'il est humainement possible de faire, il y a des choses qu'il n'est pas humainement possible de faire. Si on demande au journaliste de tout faire, là encore on va descendre encore plus la barre du dénominateur commun. Donc, il faudrait qu'il y ait encore une fois un équilibre quelque part dans le travail du journaliste. « Toi tu vas chercher la nouvelle? Ok, tu feras la caméra et tu nous envoies tout ça. Nous on va traiter. Ou, traites, nous on défait par segment et par plate-forme. » Je ne sais pas quelle sera la tendance qui va l'emporter. Il y a beaucoup d'essais, d'échecs, de bonnes idées et d'erreurs. Quand je regarde rapidement et que je me fie à mes lectures, là encore il faut se trouver. Le rôle de l'université à ce moment est à repenser. Il faut revoir notre formation. Il faut absolument pouvoir intégrer le public et préparer la relève à pouvoir révolutionner, en ouvrant trois dossiers en même temps, trois écrans en même temps, trois onglets en même temps. C'est la figure que j'utilise pour illustrer comment on devra se départager.

9) Dans quelle mesure le Conseil de Presse du Québec, le Bureau fédéral de la concurrence ou le CRTC ont-ils un effet sur l'exercice du travail journalistique?

C'est un des sujets auquel je n'ai pas réfléchi du tout. Parce qu'on a des tribunaux d'honneur dans les deux cas, et comme ce n'est pas tout le monde qui fait partie de un et de l'autre, je n'arrive pas à me faire une tête là-dessus encore. Est-ce que c'est un chien de garde ou une autorité morale? Où est-ce que l'on doit s'en aller? Avec la multiplication des plateformes, c'est d'autant plus pertinent de se poser la question, car il va y avoir la confusion des plateformes, surtout sur internet. C'est déjà commencé de toute façon, on n'a qu'à regarder *Wikipedia*, parfois ça tire de tous bords tous côtés. Les blogues? Qu'est-ce qui va devenir

avec ça? Eux aussi vont devoir se repenser, se restructurer probablement. Mais comment, je ne sais pas. Je n'ai pas beaucoup pensé à ça.

Je n'ai jamais eu à faire avec ses gens là, parce que je suis de la génération qui avait le temps de travailler, même s'ils devaient produire à tous les jours. J'avais été de ceux qui avaient voté pour la constitution du Conseil de presse. J'appuyais cette idée. Au-delà de ça, je n'ai jamais pu prendre le temps d'y réfléchir. Je n'observais pas d'impacts sur mon travail, honnêtement.

10) Que doit être, selon vous, le rôle du journalisme en 2009?

Il faut allumer les réverbères, être très attentif. La couverture de la politique municipale étant un bel exemple : on ne couvre la politique municipale que dans la dernière année d'un mandat. Ce n'est pas normal. En 2009, il faut que le journalisme revienne à certaines sources très importantes : vérifier, vérifier, vérifier. Ne pas se laisser emporter en autobus. Voyons si on compare avec le comité parlementaire à Ottawa qui a été instruit de l'affaire Mulroney. Qu'est-ce que ça a donné, par rapport à ce que les journalistes avaient sorti? Presque rien. La commission Olifant va donner quoi par rapport au travail des journalistes? Jusqu'à maintenant, peu de choses. Donc, l'organisation démocratique qu'est la commission parlementaire n'a pas pu aller plus loin que ce que les journalistes décriaient. Elle n'a fait que confirmer ce qu'ils avaient dit, donc les journalistes avaient fait leur travail. Donc, qu'ils reviennent aux sources premières de notre métier, sous quelques plateformes qu'on soit, qu'on ne sorte pas des rumeurs, qu'on sorte des histoires vérifiées, qu'on ne soit pas des transmetteurs, mais du monde qui vérifie tout le temps, qui doivent dire un jour à leur boss : « Je n'ai pas vérifié, je ne me lance pas là-dedans ». Il faut revenir à ça au départ. Et après, je pense que tout va se placer.

Le journaliste doit prendre le métro d'abord, parler au monde et savoir ce qui l'intéresse. Le problème c'est qu'il va se heurter à ce marketing dont je parlais tout à l'heure. Il n'œuvre pas d'un esprit critique, d'abord, et il n'est obligé que de faire une voix pour remplir du temps, faire du bruit. À ce moment là, je ne pense pas qu'on change beaucoup de choses à la société.

Il faut que son rôle soit important, ou s'il peut approfondir son travail, arriver au public avec des faits importants et laisser le soin aux gens, aux lecteurs, aux auditeurs, aux téléspectateurs, de décider d'eux-mêmes de ce que ça veut dire. Là, on a franchi un pas important. Pour ça, il faut revenir à la base.

11) Dans le contexte médiatique actuel, est-il possible pour le journaliste d'exercer son travail en accord avec ce rôle?

Non, difficilement. Je suis vieux moi, j'ai une vieille conception de ce que c'est. Le journaliste doit toujours s'adapter aux plateformes sur lesquelles il travaille. Et c'est comme ça, avec les valeurs fondamentales de l'information, c'est-à-dire de trouver, de vérifier et de mettre en ondes ou publier. Si on applique, donc, ces mêmes normes sur toutes les plateformes, on va sauver quelque chose. Mais autrement, non, ça va devenir plate comme c'est trop souvent plate présentement.

VINCENT MARISSAL

Dans le cadre de mon mémoire de maîtrise, j'étudie l'impact de l'évolution du journalisme contemporain québécois, à l'ère des médias de masse, sur sa mission démocratique. J'ai pour ce faire établi une définition de ce qu'est la mission démocratique du journaliste, tant dans une perspective historique que philosophique. Aussi, j'ai dû dresser un portrait de l'industrie médiatique québécoise contemporaine, afin de bien cerner les conditions dans lesquelles le journaliste québécois effectue son travail. Mon objectif est maintenant d'observer si le contexte médiatique québécois réunit les conditions permettant aux journalistes œuvrant dans les médias de masse d'exercer leur mission démocratique.

1) Pouvez-vous relater votre parcours professionnel en tant que journaliste?

Je suis rentré au BAC en communication, profil journalisme, en 1990. J'ai commencé à travailler très rapidement, dès le premier été, à *La Voix de l'Est* de Granby, comme relève d'été. De fil en aiguille, je suis devenu permanent à *La Voix de l'Est* à Granby, tout en poursuivant mon BAC et en travaillant au *Montréal Campus*, le journal de l'Université du Québec à Montréal. En 1993, sans même avoir fini mon BAC, je me suis retrouvé au *Soleil* à Québec, où j'ai travaillé jusqu'en 1997, notamment à l'Assemblée nationale. En 1997, je suis parti de l'Assemblée nationale pour *Le Soleil*, vers les communes à Ottawa pour *La Presse*, jusqu'en 2001 où je suis devenu patron à *La Presse*, c'est-à-dire adjoint au directeur de l'information. J'ai fait ça un an et demi, pour finalement revenir à l'écriture comme chroniqueur politique à l'automne 2002, ce que je fais donc depuis, en plus de collaborer régulièrement à la télé et à la radio, aussi bien à *Radio-Canada*, *Télé-Québec* que certaines radios privées en province.

2) Comment définissez-vous l'espace public et de quelle façon le journaliste y est-il lié?

L'espace public, c'est la société en général, la communauté en général. Si on le prend sous ma lorgnette à moi, qui est la lorgnette politique nécessairement, c'est une question de cercles de proximité, le premier cercle étant nécessairement le municipal. le milieu municipal qui est

nécessairement plus proche des citoyens, qui curieusement s'y intéresse le moins, c'est un paradoxe. Ensuite, évidemment, le provincial puis le fédéral, puis évidemment la politique transcontinentale. On le voit beaucoup ces temps-ci avec Obama, on l'a vu douloureusement avec Bush, on le voit dans la Zone de libre-échange des Amériques, on le voit en contre poids avec l'Union européenne. C'est un ensemble de cercles plus ou moins près du citoyen dans lequel il se meut, dans lequel il s'épanouit, malheureusement dans lequel il subit parfois. L'espace public, essentiellement c'est ça.

Les médias sont directement liés et impliqués au premier chef dans l'espace public, puisque c'est le carrefour privilégié de l'espace public. Pas toujours pour le mieux, mais en général c'est un carrefour qui permet à la collectivité de se renseigner ou de réagir. C'est un peu la version moderne du crieur au Moyen-âge ou même dans la cité romaine où on envoyait quelqu'un avec un parchemin pour crier les dernières nouvelles et tout le monde se réunissait pour l'écouter. Quand je parle de carrefour, c'est même physiquement, c'est un carrefour où les gens vont trouver leurs nouvelles. Ça ne se fait plus maintenant par le journal que le petit gars vend à la criée dans la rue, par le bouche à oreille. Mais ça se fait maintenant par Internet, qui est la version moderne la plus à jour du crieur.

3) De quelle façon le journalisme contemporain est-il influencé par l'image dans sa représentation du monde?

Surtout ces années-ci, avec l'omniprésence de la télévision, les chaînes en continu, internet maintenant qui de plus en plus abandonne le texte pour aller vers youtube, la culture de l'image, du prémâché, c'est incontournable, on ne peut pas ne pas en tenir compte. Le danger, c'est de ne faire que ça et le défi, c'est d'aller un peu plus loin. Moi, je ne peux pas en tant que chroniqueur politique que tels ou tels politiciens ne sont pas charismatiques ou qu'il avait dont l'air pogné, ou qu'il ne passe pas du tout ou qu'il est populaire à cause de ses traits physiques ou autres. Je ne pourrais pas m'en tenir qu'à ça et je pense que mes lecteurs seraient bien déçus si je ne m'en tenais qu'à ça. Au même titre que je ne m'autorise pas à avoir le commentaire primaire comme seule analyse. C'est à dire que même si que je trouve que quelqu'un est parfaitement stupide ou que c'est un parfait connard, je ne peux pas juste

baser mon analyse là-dessus. Même si l'image parfois vaut mille mots et que la première image est souvent la bonne que l'on se fait de quelqu'un, je suis obligé par respect pour mes lecteurs d'aller plus loin que ça, plus loin que l'image.

Il y a du pire et du meilleur dans les médias au Québec. Évidemment, quand on base une partie de notre information sur une forme d'appel à tous, quand on demande aux lecteurs ou aux téléspectateurs de nous envoyer leur petit bout de vidéo de la bourrasque de vent qui a fait voler une poubelle dans un petit village du Québec, je pense qu'on court vers un appauvrissement de la nouvelle qui est basée sur le spectaculaire, sur le voyeurisme même. Parce que maintenant il y a des caméras partout, tout le monde a un appareil photo sur son téléphone cellulaire, on peut prendre à peu près tout en direct tout le temps. C'est assez rare qu'il n'y ait pas une forme de documentation d'un événement, même s'il est absolument insipide et insignifiant. On y accorde pas mal d'importance, je pense que l'on n'a pas encore basculé dans le trop, mais il y a un danger, parce que les salles de rédaction ne grossissent pas ces années-ci, au contraire elles ont tendances à rétrécir. On a une tendance naturelle à aller vers la facilité et c'est le syndrome de l'accident d'auto. Le plus grand danger, nous disent les policiers quand il y a un accident d'auto, c'est qu'il y en ait un autre parce que les gens se mettent à regarder. Il y a un phénomène de voyeurisme qui est fort, qui est humain cela-dit, mais nous il ne faut pas qu'on base notre travail d'information seulement là-dessus, sur une forme de voyeurisme qui permettrait de voir qui mange avec qui dans un restaurant. Il faut aller nécessairement plus loin. Pour le moment je pense qu'on est encore pas si mal, mais il va falloir faire attention avec la diminution du nombre de soldats, de journalistes, parce qu'on diminue, on est moins nombreux, et l'appât de la facilité, de mettre quelque chose sur un blogue quatre fois par semaine, à partir d'une photo par exemple. Je trouve que c'est d'un intérêt extrêmement limité et je trouve que l'on n'amène pas grand-chose comme idée, comme débat. Comme intellectualité, c'est assez faible.

4) La concentration de la propriété des entreprises de presse a grandement touché le milieu médiatique québécois au cours des dernières décennies. Comment ce phénomène affecte-t-il selon vous le travail des journalistes?

Ça affecte nécessairement le journalisme. La quintessence de ça, ou le côté le plus épouvantable de ce monstre là, c'est ce qui se passe en ce moment au *Journal de Montréal*, ce qui s'est passé avant au *Journal de Québec*. Évidemment, je travaille pour l'autre méchant empire, qui est Gesca, donc tout ce que je dirai contre Quebecor sera nécessairement perçu comme une critique d'un empire à l'autre, mais je ne suis pas le soldat de personne, je ne fais pas les guerres de Gesca, je ne suis pas payé pour ça et ils sont très bien capable de faire leur représentation. Tout ce que je dis c'est ce que j'observe chez Quebecor, où leurs journaux sont devenus des machines à *spinner* leurs affaires, leurs nouvelles, leurs fausses nouvelles et surtout leurs shows de télé. Ce n'est pas moi qui l'invente, il y a des observatoires des médias qui font du très bon boulot là-dessus et on voit le nombre de unes consacrées par exemple à *Star Académie* ou au *Banquier*. On voit aussi les jobs de bras que les empires se font les uns envers les autres, et là-dessus le mien n'est pas nécessairement mieux ou plus noble que l'autre. On gaspille des ressources et du temps à ne pas sortir nos propres nouvelles, mais à démonter celles des autres. Ça fait partie aussi de l'environnement de concentration, parce que deux empires qui s'affrontent, nécessairement, il va y avoir des guerres de tranchées. Je ne pense pas que c'est à l'intérêt du lecteur, parce que le lecteur n'en a rien à foutre. Ça nous regarde entre journalistes, c'est nos bobos à nous.

Le reste, c'est que ça diminue la diversité. On le voit. J'ai été invité à aller donner un discours à un forum jeunesse en Abitibi, à Rouyn-Noranda et à Amos. Les gens me le disent là-bas, ce n'est pas la première fois que j'entends ce constat là et ce n'est pas qu'en Abitibi, il y a un appauvrissement de la culture locale. Donc une montréalisation de la nouvelle, une dépersonnalisation aussi, même une acculturation parce que l'on ne parle plus de ce qui se passe localement. Et comme il n'y a peu près plus de journaux, sinon des journaux qui ont des intérêts commerciaux dans le coin, ils ne sont plus capable de faire leur travail. Ça fait partie aussi de la concentration.

5) Les médias de masse étant les propriétés de grandes entreprises de presse, lequel, entre l'intérêt public et l'intérêt privé de ces entreprises, est-il selon vous primordial dans l'exercice du travail journalistique?

L'intérêt du public, sans aucun doute, et je suis encore assez naïf pour penser que c'est généralement ce qui prime, en tout cas dans le journal pour lequel je travaille, *La Presse*, certainement. Parce que je pense que si il n'y avait que les intérêts privés et nécessairement commerciaux, pécuniaires de nos propriétaires, on serait muselé ou il y aurait des choses qu'on ne pourrait pas dire. Je ne pense pas que ça fait l'affaire des grandes entreprises quand il y a de la merde qui sort sur des contrats croches, frauduleux. Je pense pas que ça fait leur affaire quand on déculotte des ministres, surtout s'ils sont de la même famille politique, mais on ne nous met pas de bâtons dans les roues, au contraire, je pense que s'il y a quelque chose que *La Presse* fait encore très bien ces années-ci, c'est justement certaines enquêtes qui sont assez percutantes. On sort encore des nouvelles, on est encore capable de jouer notre rôle de chien de garde dans la démocratie. C'est sûr que si les intérêts n'étaient que privés et commerciaux, ce serait pas mal plus simple que de raconter des belles histoires et de maintenir le moral des troupes, de parler de la pluie et du bon temps ou du Canadien de Montréal, parce qu'à la fin c'est sans conséquence, c'est juste du hockey et ce n'est pas très grave, mais s'il y a des gens qui prennent ça très à coeur. Je n'ai jamais eu comme considération dans l'exercice quotidien de mon travail les intérêts privés de mes propriétaires. Quoiqu'on en dise, malgré les légendes urbaines, je n'ai jamais pris de commande de personne non plus et je n'ai jamais eu de tapes sur les doigts non plus. Pourtant, j'écris en politique, je ne milite pour personne, je ne défends aucune cause mais j'ai plaisir à dire normalement que je tape équitablement sur tout le monde, ça veut dire que je tape sur les fédéralistes aussi. Je pense que ce qui est très clair et qu'il faut qu'il soit compris et respecté, c'est qu'il y a des propriétaires à mon journal comme tous journaux. Eux, ils sont ce qui sont, ils ont le droit, c'est leur journal et on a établi clairement en Amérique du nord que la page éditoriale, c'est la page des propriétaires. Autrement dit, c'est là que l'on va retrouver nécessairement le point de vue ou la ligne de pensée des propriétaires. Mais ça c'est correct, parce que c'est entendu, c'est compris. Si il y a des gens qui ne comprennent pas pourquoi il faut que André Pratte soit fédéraliste. et il l'est et il fait très bien et il défend sont point. ce

sont eux qui ont un problème, ce n'est pas André Pratte, ce n'est pas *La Presse* non plus. Et les Desmarais, je ne pense pas qu'ils ne se soient jamais cachés pour dire qu'ils sont fédéralistes. Et en passant, ce n'est pas une maladie honteuse. Ils sont fédéralistes, c'est clair, c'est dit, c'est connu et c'est correct. L'important, c'est qu'il y ait un mur coupe-feu entre la rédaction et la direction et pour le moment c'est le cas. Ça fait sept ans que je suis chroniqueur dans une période extrêmement houleuse, intense. J'ai commencé à être chroniqueur politique, le premier ministre du Canada s'appelait Jean Chrétien, c'est le père de la femme de notre propriétaire. S'il y avait eu toutes les interférences, le contrôle que l'on dit qu'il y avait parfois sur *La Presse*, je n'aurais pas fait deux mois, ça aurait été invivable. Hors, ce n'est pas le cas. On n'est pas parfait, mais on n'est pas tout croche non plus. Il n'est pas là le problème.

6) De quelle façon la concentration de la presse a-t-elle influencé la diversité de l'information au Québec?

D'abord par le rétrécissement des salles de rédaction, par la fermeture de certaines salles. En télé notamment, c'est très visible. Je reprends mon exemple abitibien, les gens là-bas ne se voient plus à la télé, ils ne voient plus ce qu'ils font. Ils sont un peu désespérés de ça parce que c'est leur vitrine, c'est leur miroir, c'est comme s'il n'y avait plus de miroir dans une maison, on ne voit jamais notre reflet, on n'est jamais capable de voir si on est croche ou comment en est. Ça les désole. L'autre aspect, c'est la montréalisation de l'information de plus en plus. Les nouvelles partent du grand centre, s'en vont vers les régions et parfois c'est désincarné. Rendu en Gaspésie, j' imagine que les histoires de compteurs d'eau de Montréal sont anecdotiques, mais pas fondamentales pour la vie démocratique de la place. Donc les grands centres, au lieu de se nourrir des régions, ce qu'on aurait de se nourrir des régions, ce qu'on aurait intérêt à faire beaucoup plus d'après moi parce que le Québec c'est grand, c'est une histoire de région aussi, on donne plutôt la béquille aux régions, mais venant de Montréal, venant des centres. Je pense qu'il y a un appauvrissement généralisé. Ça fait aussi que de moins en moins de journalistes locaux travaillent dans leur milieu et connaissent leur milieu, puis deviennent des espèces de références. L'autre point est beaucoup plus insidieux, c'est que les journaux ou les médias qui restent en région sont des entreprises à vocation essentiellement commerciale. Dans un milieu tricoté serré, ça veut dire que tu ne peux pas

taper sur le gars qui a conclu un contrat de déneigement plus ou moins légal parce que c'est ton beau-frère. Ou parce que c'est le frère du maire et que ta femme est secrétaire au bureau du maire. Là, je caricature, mais à peine. Dans un milieu tricoté serré, tout le monde se serre les coudes. Il y a nécessairement une solidarité et t'essaies de ne pas te tirer dans le pied. Tout le monde a une hypothèque à payer, tout le monde a son épicerie à payer. T'essaies de ne pas taper trop fort, on ne mord pas la main qui nous nourrit, c'est connu. De plus en plus en région, on le voit, à cause de la disparition de la diversité, il reste souvent une source unique : c'est des gens qui ont des intérêts soit familiaux, soit commerciaux et il n'est pas rare que des collègues en région me raconte que le propriétaire de leur journal leur fait comprendre assez clairement qu'ils devraient peut-être regarder ailleurs, parce qu'ils sont en train de mettre la survie du journal en danger. Parce que si l'entrepreneur X n'est pas content, il ne fera plus de publicité dans le journal. Là, tu vas perdre ta job parce que tu l'as écœuré, parce que tu as mis ton nez où tu n'avais pas d'affaire. Vas donc plutôt faire un bel article sur le franc succès du festival de la patate. Encore là, je caricature mais c'est comme ça que ça marche. Je l'ai vu quand j'ai commencé à *La Voix de l'Est*, dans un petit quotidien, dans un petit milieu, mais tout ça est exacerbé, tout ça est encore plus grave, le problème est plus profond, pas moins, parce que justement il y a moins de sources d'information

7) Les transformations technologiques qui ont marqué le XX^e siècle dans le domaine de la communication ont fait grandement évoluer les façons dont les journalistes exercent leur métier, accélérant considérablement les délais selon lesquels cet exercice est effectué. Quels impacts ce phénomène a-t-il sur le travail journalistique?

C'est ce que j'appelle le syndrome de la machine distributrice, c'est que maintenant beaucoup de journalistes ou de commentateur sont devenus ou acceptent de devenir des machines distributrices. À partir du moment où on met une pièce et demie dans le trou, on appuie sur un numéro, il va nécessairement y avoir quelque chose qui va tomber. Tu veux un Joe-Louis, tu vas avoir un Joe-Louis. Tu veux un chips, tu vas avoir un chips. Tu commentes sur tout n'importe quoi tout le temps, dans ton blogue en direct, deux minutes plus tard à la télévision, le téléphone sonne. tu vas faire une radio en même temps puisque tu es capable de

commenter sur tout. Alors, c'est un peu le festival de l'imposteur. Depuis quelque temps, tu as toute sorte de monde qui sont justement les machines distributrices de l'information, qui cumulent les piges et les sources de revenus. Tant mieux pour eux, mais tant pis pour la qualité de l'information parce que ce n'est pas vrai que tu peux commenter sur tout, tout le temps, à toute heure du jour et de la nuit. Ce n'est pas vrai, c'est physiquement impossible. J'essaie de faire attention à ça, parce qu'il n'y a rien de pire dans ce métier que de souffrir du syndrome de l'imposteur. Je participe depuis 2 ans à une émission chez Bazzo, à Télé-Québec, où on est appelé à commenter sur une foule de sujets parce que l'on fait la revue de l'actualité de la semaine. Par moment, surtout la première année que je l'ai fait, j'avais des malaises parce que l'on parlait de trucs sur lesquels je ne connaissais rien, et pire encore qui m'indifféraient complètement. Moi, Céline Dion, c'est la dernière de mes préoccupations et je n'ai pas passé beaucoup de temps à me torturer les neurones, à avoir une réflexion intellectuelle là-dessus. Pas qu'il n'y en pas à avoir, mais ça ne m'intéresse pas et il y a d'autres domaines qui me laissent froid, qui ne m'allument pas et il faut quand même en parler. J'espère que j'ai encore le réflexe de faire mes devoirs, je fais mes devoirs et à l'occasion je me permets le grand luxe de dire que je n'ai rien à dire sur un sujet. La chirurgie plastique, je n'en pense vraiment rien, ou alors tellement rien d'important pour participer au débat que je n'ajouterais pas ma voix au concert des lieux communs là-dessus. Je vais laisser parler les autres, et c'est correct aussi de le faire. On voit de plus en plus avec les blogs, avec la télé en direct, les nouvelles continues, il y a des gens qui sont vraiment devenus des machines distributrices. On leur pose des questions sur n'importe quoi, de la grippe porcine en passant par le Canadien de Montréal et la crise économique, avec une aparté sur les compteurs d'eau de Montréal. Ils ont une opinion sur tout, avec une espèce d'assurance qui personnellement me laisse pantois. Ça, c'est un danger, c'est un grand danger.

8) Les évolutions technologiques le permettant, nous assistons régulièrement à l'éclosion de nouvelles plates-formes médiatiques, telles que les réseaux d'information continue ou l'internet. Quels impacts cette multiplication des plates-formes médiatiques a-t-elle sur le journalisme contemporain?

Il y a eu l'arrivée de certains phénomènes médiatiques, il y a 25 ans avec CNN, que les détracteurs « chicken noodle news », pour se payer la tête de Ted Turner parce que l'on trouvait que ce n'était pas sérieux. Finalement, c'est devenu le médium le plus puissant au monde. Pas nécessairement pour le mieux, quoiqu'à tout prendre c'est mieux que ce soit CNN que FOX. On riait de CNN à l'époque, sauf que c'est devenu très important. FOX a remplacé d'autres choses, ce n'est pas nécessairement un ajout. Il a remplacé d'autres formes qui ont disparu, par exemple des bulletins régionaux, des bulletins à l'heure sur des chaînes spécialisées ou des chaînes généralistes qui ne font plus ça, qui ont laissé la place. Ici, il y a eu RDI qui est arrivé, après NewsWorld de CBC et après LCN, qui doit avoir maintenant une douzaine ou une quinzaine d'années si je ne m'abuse. Mais depuis, il y a pas eu grand-chose en information qui a vu le jour. Je dirais même au contraire, il y a des sources d'informations qui ont disparu. Je pense par exemple à ICI, qui a disparu il y a deux semaines. Je ne sais pas quel est le sort de Voir ou des autres hebdomadaires culturels, mais ce sont des sources d'informations. Celles-là ont disparu. On ne fait pas plus d'informations, on en fait moins dans les télévisions généralistes. Il y a des stations de radio qui ont fermé, notamment le pendant anglophone d'Info 690, la salle de nouvelles de CKAC a fermé, a été « reconcentrée » sur autres choses. Je pense plutôt que l'on assiste à l'explosion de l'opinion et de ce qu'on appelle faussement le journalisme citoyen sur le web, mais ce ne sont pas des sources d'informations au sens traditionnel et au sens professionnel du terme. Je n'ai rien contre que les gens s'expriment, ce n'est pas un journaliste qui va être contre la liberté d'expression, mais il ne faut pas mélanger. Ce ne sont pas des nouvelles sources d'informations. Et au contraire, je trouve que l'on est pauvre au Québec là-dessus.

On n'a pas justement créé un rendez-vous, ou un nouveau carrefour avec internet. On a plutôt à l'explosion d'une foule de petits haut-parleurs, plus ou moins gueulards, qui ne font pas de l'information. qui font du commentaire. Mais on n'a pas par exemple ici un Politico.com. qui

est une source d'information extrêmement crédible aux États-Unis. Je fréquente régulièrement ce site là, d'ailleurs ce sont des journalistes, des pros, qui ont juste changé de véhicule, ils sont là-dedans plutôt que d'être dans autre chose, mais ils sont encore dans le journalisme et ils font encore la même job. Ils le font professionnellement et leurs nouvelles sont crédibles. Ici, en particulier au Québec, en français peut-être à cause de la petitesse du marché, on n'a pas ça. C'est malheureux. Je pense que l'on n'a pas assisté à l'explosion, on a assisté à une orgie de commentaires, souvent d'ailleurs contestataires, même parfois plutôt anarchistes. On veut absolument brasser la cage et c'est correct s'il y a des gens qui se servent de ça pour s'exprimer. Ça sert aussi de média underground, de défoulement contre l'ordre établi, c'est correct aussi. Mais je notais justement en fin de semaine chez les jeunes en Abitibi, qu'on n'a pas encore développé vraiment internet comme nouvelle source crédible d'information. On n'est pas capable, soit parce que la publicité ne suit pas, soit parce que l'on n'a pas le réflexe encore, soit parce que l'on est dans une période de transition et une transition peut durer plus ou moins longtemps. Je trouve qu'internet est devenu une sorte de défouloir plus ou moins underground par lequel certains groupes et certains individus critiquent le système établi, mais on ne fait pas de l'information à proprement parler.

C'est vrai que finalement, on va faire le même travail, mais d'une autre façon, avec un autre rythme, un autre deadline, des heures de tombée différentes. C'est sûr que maintenant, le journaliste qui fait les faits divers chez nous se promène dans un camion avec un photographe et il envoie ses textes en direct à partir du moment où il voit de la fumée quelque part plutôt que d'attendre et se dire : « Je vais ramasser de l'information jusqu'à 11h00 le soir pour faire un texte complet pour le journal du lendemain. » Ça change et c'est probablement une bonne chose, parce qu'on est dans l'information en continu. Les informations, c'est une matière vivante, nécessairement, donc ça évolue, ça change. Ça, c'est une bonne chose. Là où ça a changé pour les journalistes, c'est qu'on est appelé de plus en plus à faire du commentaire, à nous mettre de l'avant, donc il y a de plus en plus de chroniqueurs ou de commentateurs qui non seulement doivent écrire des chroniques ou réfléchir sur un sujet, mais qui vont être appelés presque en temps réel à aller devant une caméra. Et encore, on est archaïque, parce que l'on n'a pas encore installé les caméras sur nos postes de travail, ou des webcams. Ça s'en vient, c'est l'évidence. Il y a déjà des systèmes qui sont presque broadcast, qu'on peut

traîner dans un petit appareil assez facilement. On n'est pas encore rendu là, mais c'est certain qu'on y va, qu'on va y arriver. Ça a changé notre façon de travailler, mais on est encore au début de la transformation, parce qu'il y a eu, je pense, une résistance au changement qui est normal au début. On avait peur aussi d'un certain appauvrissement de ce que l'on allait faire. Puis il ne faut pas se le cacher, la génération des 50 ans et plus dans les salles de rédaction, et même à 42 ans je ne suis pas dans le dernier contingent, on a plus de difficulté à s'adapter à ça, parce que l'on a nécessairement des façons de fonctionner qui sont établies depuis des années.

9) Dans quelle mesure le Conseil de Presse du Québec, le Bureau fédéral de la concurrence ou le CRTC ont-ils un effet sur l'exercice du travail journalistique?

Le Conseil de Presse, à peu près zéro, parce que c'est un gros chat pas de griffes. Un Conseil de Presse comme celui-là sans corporation professionnelle à proprement parler ne peut pas prétendre jouer le rôle de conseil de discipline ou de préfet de disciple. Évidemment, personne, ou aucun journaliste sérieux que je connais, cherche à se faire taper sur les doigts par le Conseil de Presse parce qu'il fonctionne quand même sur des critères clairs, professionnels et crédibles, sauf qu'il n'y a pas de sanctions. Le vrai Conseil de Presse, le vrai préfet de discipline, ce sont les cours de justice. Quand on se fait poursuivre et qu'on perd, on se fait taper sur les doigts et en plus ça fait mal doublement parce que généralement ça coûte une beurrée à notre employeur aussi. Donc, la sanction, elle est là. Par ailleurs, les organismes réglementaires, surtout fédéraux, comme le CRTC, ont eu à ce jour une influence, c'est vrai. Notamment dans la distribution des licences, les mandats donnés, les balises données, les gardes-fous donnés à certains propriétaires qui auraient autrement fait n'importe quoi. Sauf qu'à l'évidence, quand la survie d'une entreprise est en jeu, quand ce sont les intérêts pécuniaires qui priment à la fin, le CRTC est souvent obligé de baisser les bras et finalement, malgré une certaine préoccupation pour l'information régionale, malgré une certaine préoccupation pour la qualité de l'information, malgré de grandes préoccupations contre la concentration, on n'en est quand même arrivé au point où on est rendu en 2009. Et ce n'est pas le CRTC qui a empêché CKAC de fermer sa salle de nouvelles. Ce n'est pas le

CRTC qui peut empêcher *Quebecor* de se transformer en centrifugeuse pour la concentration de ses affaires et *spinner* tous ses produits.

10) Que doit être, selon vous, le rôle du journalisme en 2009?

Je donne de la formation journalistique à l'occasion et je commence toujours par la même question aux gens qui suivent le cours : pourquoi est-ce qu'on écrit? Et la réponse est toute bête : on écrit pour être lu. Ou on fait de la télé pour être écouté. Donc on informe, c'est ça notre mandat. Le but il est le même et à la limite, on va passer une période de flottement avec la révolution internet, les nouvelles technologies, mais le but reste le même, c'est-à-dire informer. Informer ça veut dire nécessairement jouer le rôle de chien de garde. Ça veut dire nécessairement être rigoureux et perspicace, surtout perspicace. Mais le rôle du journaliste, et ce qui nous différencie justement, ce qui ne fait pas de nous une caste supérieure, mais qui nous différencie des bloggeurs ou des placoteux comme on disait dans le temps en politique, c'est qu'on fonctionne selon des critères précis de vérification de sources. D'abord, il faut avoir des sources. Quelqu'un qui s'assoit chez lui et qui blogue trois fois par jour en se faisant bronzer sur sa terrasse, c'est pas un journaliste. Ça n'a pas fait de moi quelqu'un de génétiquement supérieur, mais ça fait de moi un journaliste et l'autre ne l'est pas, parce que moi je fonctionne selon des critères. Et c'est peut-être ça même notre dernière chance de sauver notre peau et de sauver les médias traditionnels, c'est justement de nous en tenir à ça. Malgré les soubresauts, malgré la tempête, nous en tenir à ça, parce qu'à la fin il restera toujours quelque chose.

11) Dans le contexte médiatique actuel, le journalisme est-il exercé en accord avec ce rôle?

Quant à moi, il n'y a rien qui a changé. Je dis souvent qu'on fait erreur dans le métier en pensant que c'est moins grave parce que c'est publié sur internet, que ça porte moins à conséquence. Un jour il y a quelqu'un qui va se faire poursuivre et qui va y laisser la peau de ses fesses devant un juge dans une cour de justice, et là on va se rendre compte que ce n'est pas parce que c'est publié sur internet que ça fait moins mal à la réputation de quelqu'un. Au

contraire, si j'étais un avocat en litige et que je défendais un client lésé, je pense que je plaiderais au contraire que ça fait encore plus mal parce que ça va beaucoup plus vite, on ne peut pas l'effacer, on ne peut pas faire une rétraction, c'est parti. Maintenant, vous allez le googler et à chaque fois que vous allez googler votre nom, les saloperies qui ont été écrites sur vous vont ressortir. C'est indélébile sur internet, ça ne peut plus partir. Même les Chinois n'arrivent pas à contrôler complètement l'internet. Ça reste, ça va beaucoup plus vite, ça va dans les téléphones cellulaires de tout le monde, c'est repris à une vitesse vertigineuse. En plus, internet c'est le paradis de la théorie du complot et des légendes urbaines. Tout ça prend des proportions immenses. Je pense qu'un jour, et je ne le souhaite pas, il y en a un qui va se faire poursuivre, qui va se faire méchamment taper sur les doigts. Et là on va se rendre compte que ce n'est pas vrai que c'est moins grave parce que c'est internet. Là, il y a cette espèce de mentalité là en ce moment que, parce que c'est ouvert gratuit et disponible, tout le monde peut dire n'importe quoi. C'est faux. C'est pourquoi je dis que mon travail n'a pas changé et le métier ne devrait pas avoir changé non plus.

Si je dénonce des incohérences du gouvernement, ou du laxisme ou un manque d'éthique. Que je le fasse sur internet ou sur le papier, que je le fasse à la télé, que je le dise, que je l'écrive, le but reste le même et la réception doit être la même. Ce qui est important pour moi, c'est que ma crédibilité soit la même. Par ailleurs, ça ne nous empêche pas, en ce moment on le voit assez bien à *La Presse* notamment, de sortir des nouvelles. Et même si parfois il faut en faire un breaking news... C'est ça qui a changé, c'est plus de la cuisine. Des fois, on en est rendu à se demander : « Faudrais-tu que je le sorte tout de suite au cas où ça sorte demain ou que ça sorte aux nouvelles de 18h00? Si ça sort aux nouvelles de 18h00, je me fais scooper parce que je vais publier juste le lendemain. » C'est un changement de mentalité. L'intérieur du véhicule a changé et la transmission ne fonctionne pas exactement de la même façon. Mais à la fin c'est un véhicule quand même, et le véhicule a le même but, c'est-à-dire d'informer et de sortir de la nouvelle. Ou de passer des commentaires. Mais selon des critères journalistiques et prouvés. Je pense que c'est d'autant plus important ces années-ci de se rappeler, quitte à en faire un petit catéchisme, quotidiennement les critères journalistiques que sont les nôtres.

MICHEL VAN DE WALLE

Dans le cadre de mon mémoire de maîtrise, j'étudie l'impact de l'évolution du journalisme contemporain québécois, à l'ère des médias de masse, sur sa mission démocratique. J'ai pour ce faire établi une définition de ce qu'est la mission démocratique du journaliste, tant dans une perspective historique que philosophique. Aussi, j'ai dû dresser un portrait de l'industrie médiatique québécoise contemporaine, afin de bien cerner les conditions dans lesquelles le journaliste québécois effectue son travail. Mon objectif est maintenant d'observer si le contexte médiatique québécois réunit les conditions permettant aux journalistes œuvrant dans les médias de masse d'exercer leur mission démocratique.

1) Pouvez-vous relater votre parcours professionnel en tant que journaliste?

J'ai commencé en 1978, au printemps 1978, si ma mémoire est bonne c'est au mois de mai. Je suis rentré d'abord au service radio de *La Presse canadienne*, qui s'appelait à l'époque *NTR*, *Nouvelle Télé Radio*, qui existe toujours d'ailleurs. Donc, je suis rentré là en 1978, et j'étais à Montréal, ici au service français sur la rue St-Jacques. Et je suis rentré là comme rédacteur, parce que j'avais un copain qui travaillait déjà là et ils cherchaient du monde. Et comme j'avais étudié en littérature, j'avais étudié en communication mais avant ça j'avais surtout fait mes études françaises en littérature. Donc ils cherchaient du monde qui savait écrire et qui était capable de traduire, qui était bilingue, etc. C'est un petit peu par hasard, parce que je ne me destinais pas à faire du journalisme, je voulais plutôt faire autre chose. J'aurais préféré, pas j'aurais préféré mais je me dirigeais plutôt vers le cinéma. Tout ça pour dire que je suis rentré là, et neuf mois plus tard il y avait un poste à Québec à l'Assemblée nationale qui s'est ouvert. On me l'a offert, alors je suis parti à Québec, toujours pour le service radio de *La Presse canadienne*. Donc je suis arrivé là au début de 1979, si tu te rappelles, c'était le PQ qui était au pouvoir, le Parti québécois qui venait d'arriver au pouvoir trois ans plus tôt, et c'était l'année juste avant le référendum, alors je suis arrivé juste avant le référendum, donc un an avant. Je suis arrivé en 1979 à Québec et je suis resté là, donc j'ai fait la couverture politique, toujours pour le service radio de *La Presse canadienne* jusqu'en 1986. Et donc j'ai été sept ans au Parlement de Québec. Après ces sept années là, il y a un poste qui s'est ouvert

à Montréal au service français, mais écrit. Et moi j'aimais mieux écrire que faire de la radio, je trouvais ça trop réducteur la radio, surtout en politique, je trouvais que ça devenait rapidement du surf sur l'information, surtout au moment où il y avait des débats très intenses, constitutionnels, l'époque de Lévesque, etc. Je voulais écrire, et je m'intéressais aussi à l'économie, je ne voulais plus faire de politique. Sept ans de temps, je trouvais que c'était trop. Je suis revenu à Montréal en septembre 1986, au service français de *La Presse canadienne*, pour couvrir l'économie. Et je suis resté là jusqu'en 1992, là j'ai eu une offre pour venir au *Journal de Montréal* comme journaliste et chroniqueur en économie. Alors je remplaçais quelqu'un qui était parti à *Radio-Canada*. C'est tout simplement ça. Je suis au journal depuis 1992, donc ça fait 17 ans. Donc, ça fait 31 ans que je fais du journalisme.

2) Comment définissez-vous l'espace public et de quelle façon le journaliste y est-il lié?

Il y a beaucoup de choses dans l'espace public. C'est l'ensemble des rapports sociaux, qu'ils soient au niveau culturel, au niveau politique, au niveau économique. Tout ce qui ne relève pas de la vie privée, strictement privée, individuelle, pour moi c'est l'espace public. Alors, tout ce qui se passe à l'extérieur de la vie privée, pour moi c'est l'espace public, qui est un champ et un sujet qui peut faire l'objet d'information. Je pense que le champ de couverture du journalisme c'est tout ça. On ne rentre pas dans la vie privée des gens à moins que ça ait une incidence directe sur la vie publique. Moi ma ligne elle arrête là : je ne rentre pas dans la vie privée des gens. Mais tout ce qu'ils font à l'extérieur, des gestes publics, des gestes institutionnels, quel que soit le secteur d'activité. Moi c'est l'économie, avant c'était la politique, mais ça peut être la politique municipale, ça peut être plein de choses. Tout ça pour moi relève du domaine public. Et pour le journalisme, dans le sens informer, ces lieux là sont des lieux potentiels qui peuvent servir à alimenter de l'information publique.

3) De quelle façon le journalisme contemporain est-il influencé par l'image dans sa représentation du monde?

Je pense que ça dépend du type de média dans lequel tu œuvres. C'est sûr que ceux qui sont plus dans l'électronique, la télé, peuvent être... Mais c'est une question de temps de travail

que tu peux accorder à un sujet. C'est plus ça qui va être déterminant, et dans quelle mesure tu vas frapper l'imagination, c'est ça qui va jouer beaucoup. En journalisme écrit, les contraintes sont différentes, quoique maintenant avec internet ça joue davantage, à cause de la rapidité, du fait que ça roule 24 heures sur 24.

L'image de marque de quelqu'un, d'une entreprise ou d'une institution, peu m'importe. Moi, j'essaie en tout cas, ça peut influencer, entre guillemets, mais ce n'est pas quelque chose qui me préoccupe. Au contraire, quelque chose qui aurait une image très forte, très puissante, pour moi c'est une raison additionnelle pour être plus critique, avoir davantage de recul.

Ça dépend des entreprises de presse, ça dépend des journalistes dans ces entreprises de presse là, ça dépend de leurs fonctions, ça dépend de bien des choses. C'est sur qu'il y a une tendance, depuis l'avènement de la télé, à surfer davantage sur l'information qu'à l'approfondir. Il y a de moins en moins d'approfondissement, mais il y a quand même des lieux pour le faire, que ce soit en affaires publiques à la télé, ou à la radio, plus les chroniqueurs ou les collumnistes dans la presse écrite. Ça va au-delà de l'image. C'est sur que t'as les faiseurs d'images quand tu couvres la politique, comme j'ai couvert longtemps. Même en économie, il y a beaucoup de dirigeants d'entreprises qui se préoccupent infiniment de leur image. Je ne parle pas juste de leur image physique, je parle de ce qu'ils projettent. Pour moi, ce n'est pas une préoccupation ce qu'ils projettent. Moi, ce qui m'intéresse, c'est d'informer les gens. Il faut que j'aille au-delà de l'image. Que ce soit l'image de n'importe qui, il faut pouvoir aller au-delà de cette image là et aller davantage, je ne dis pas nécessairement d'aller au fond des choses parce que c'est jamais toujours possible, mais il faut au moins aller au fond de l'image pour arriver à révéler les aspects, les éléments, qui sont cachés derrière cette image là. Il faut être critique par rapport au personnel. Quand je dis critique, ça ne veut pas dire être indûment critique, ça veut dire remettre en question ce que les gens projettent, ce qu'ils voudraient qu'on dise d'eux, ce qu'ils voudraient qui sorte le lendemain dans le journal. Le problème avec lequel on est pris, c'est qu'il y a trois ou quatre fois plus de faiseurs d'images que de journalistes. Alors, c'est une lutte constante pour contrer ça. Pour informer, parce que si on se fiait qu'aux faiseurs d'images, il n'y aurait plus

de journalisme. Je veux dire, qu'ils fassent leur « job ». De toute façon, ils la font déjà. Nous on est un microcosme à côté de ça.

4) La concentration de la propriété des entreprises de presse a grandement touché le milieu médiatique québécois au cours des dernières décennies. Comment ce phénomène affecte-t-il selon vous le travail des journalistes?

Ça peut l'affecter, ça dépend des secteurs. Ça fait en sorte que plus une entreprise occupe de l'espace, a de plus en plus de filiales dans le secteur des médias, ou tout ce qui est à la périphérie, pas juste strictement média, ça peut-être dans d'autres secteurs, plus une entreprise est importante, plus d'une part cette entreprise là va avoir tendance à faire parler d'elle dans ses propres journaux. C'est le problème de la convergence. Elle se renvoie de l'un à l'autre, alors c'est sûr que ça a une certaine influence. Les journalistes on essaie de résister à ça dans la mesure du possible, parce qu'on n'est pas des agents promotionnels de l'entreprise. Alors, il y a cet aspect là qui peut être fatigant, qui peut être plus fatigant pour d'autres. Mais quand même ça pose un certain nombre de problèmes, parce qu'une entreprise qui prend de plus en plus d'espace, c'est de plus en plus difficile de couvrir, parce que tu peux te sentir parfois davantage sous surveillance. Mais en tout cas, ce n'est pas vraiment le cas. Pour certains, ça dépend des personnes, ça dépend des situations, ça dépend des cas.

Quelqu'un qui est à *La Presse* et qui couvre une assemblée de *Power Corporation*, tu ne vas pas à l'assemblée de *Power* comme tu vas à l'assemblée d'*Industrie Lassonde*. C'est pas la même chose, c'est tes patrons qui sont là, c'est différent. C'est bien différent, dans le sens où tu ne fais pas ton travail différemment, c'est juste que plus l'entreprise est importante, plus elle a de filiales, plus il va y avoir une tendance naturelle chez cette entreprise là à faire la promotion de ses filiales. Ce n'est pas nécessairement à travers les journalistes par contre. Ça peut être la promotion croisée, ça peut être de faire en sorte que dans le journal, ou à la radio, ou à la télé, selon l'empire en question, que les uns se renvoient aux autres, que ce qui fonctionne à la télé, un reportage, en suite de ça dans le journal, ensuite de ça dans le magazine, etc. Et ça va être vrai autant chez nous que chez *Power*, à un niveau moindre sans doute. C'est sûr que ça a une certaine influence, dans le sens où tout ça prend de l'espace qui n'est pas dévolu à autre chose. C'est un des problèmes. Pour prendre un exemple simple.

connu, évident, quand Star Académie fonctionne, c'est sûr que dans le *Journal de Montréal*, il y a plus d'espace consacré à Star Académie qu'il ne va y en avoir dans *La Presse*. Parce que c'est une filiale, et qu'en plus t'as de la promotion, ce qui fait que t'as toujours l'impression d'avoir juste des pages de Star Académie alors que le travail journalistique ce n'est pas ça non plus. Le travail journalistique, l'espace rédactionnel, est limité, mais ça va apparaître de cette façon là. C'est le problème de la concentration. L'autre problème de la concentration, c'est la réduction du nombre de sources. À partir du moment où t'as des entreprises de presse qui sont plus concentrées, ce qui est la tendance c'est qu'au lieu d'avoir plusieurs sources, plusieurs journalistes qui vont travailler sur le même événement, tu vas avoir de moins en moins de journalistes sur le même événement. Donc, un nombre de sources qui va être plus limité. Quand je parle de sources, je parle de sources journalistiques. Je me rappelle d'avoir couvert des conférences de presse ou des assemblées d'actionnaires, ou même au parlement de Québec. Quand j'étais là à l'époque du référendum, on était une centaine de journalistes, 80 ou 100 journalistes. Je ne sais pas combien ils sont rendus maintenant, mais ils sont au moins la moitié moins. Je parle des journalistes, je ne parle pas de toutes les équipes techniques autour, les caméramans, tout ça. Comme il y a plus de visuels qu'autrefois, en terme de nombre attribué à la presse, ils sont peut-être aussi nombreux. Mais le nombre de journalistes qui ont le mandat de rapporter les événements, les faits, il y en avait beaucoup plus avant qu'il y en a maintenant. Et ça c'est un des effets de la concentration de la presse. C'est que tu as des groupes de plus en plus imposants, qui étaient autrefois épars. Si on regarde, je vais reprendre l'exemple de *Power Corporation*. Avant, *Power*, ils n'avaient pas *Le Soleil*, qui appartenait à *Unimédia*, qui était une autre entreprise de presse. C'était deux groupes différents. Tu avais *Le Journal de Montréal/Journal de Québec* qui était un autre groupe de presse. Tu avais un peu plus de diversité. Mais là maintenant, *Power* accapare tous les quotidiens au Québec, sauf le *Journal de Montréal/Journal de Québec*, qui lui est propriétaire de *Sun Media*, donc une chaîne à travers le Canada. Et le problème de la convergence, c'est par exemple que tu risques de te retrouver dans situations où, je te donne un exemple comme ça, ce serait que des gens qui travaillent à Québec, de Québec, pour toute la chaîne *Power*, ou la même chose ici à Montréal, que ce ne soit que des journalistes du *Journal de Montréal* qui couvre le *Canadien* de Montréal, mais que dès que le *Canadien* sort et sans va à Vancouver, ce soit le *Vancouver Sun* qui le couvre.

Donc tu n'as plus la même quantité de sources d'informations, et le travail journalistique ne se fait plus en fonction d'intérêts plus locaux.

Pour résumé, pour moi ça pose deux grands problèmes la convergence. C'est celui des groupes de presse de plus en plus gros, c'est-à-dire que chaque groupe de presse occupe un espace de plus en plus important, et qui se renvoie les uns aux autres. C'est le cas chez *Quebecor*, on ne s'en cachera pas. Ce que produit *TVA* se retrouve dans *Le Journal de Montréal*. Le matin, *Le Journal de Montréal*, la première chose qu'ils lisent à *TVA* c'est ça, et ça devient la manchette du matin. Alors, ça se renvoie, et ça va être la même chose avec les magazines, ça tourne tout ensemble, *Star Académie* fait le 7 jours. C'est une roue qui tourne, donc c'est toujours les mêmes préoccupations, tu as une concentration des préoccupations au sein d'une entreprise. La contrepartie de ça, c'est qu'avec des entreprises de presse de plus en plus grosses, tu as une réduction du nombre de sources, parce que tu vois de moins en moins de journalistes qui ont à couvrir le même événement. Tu es à Montréal, tu va couvrir pour plusieurs entreprises en même temps, de plus en plus. C'est d'ailleurs un des enjeux important, à l'heure actuelle, autant chez nous au *Journal* qu'à *La Presse*. Ils ont le même problème. C'est que tu as internet, eux ils ont *Cyberpresse* et nous on a internet aussi avec *Canoë*. C'est comment tout ça se fait, comment tout ça se renvoie les uns aux autres, et ça devient un problème de diffusion de l'information, et d'accès à des sources diversifiées pour recueillir l'information. Parce que, si t'as de moins en moins de journalistes pour couvrir le même événement, tu peux te retrouver qu'avec juste un ou deux ou trois points de vue, si t'as peu de journalistes. Moi je trouvais que c'est un problème, mais ce n'est pas un problème neuf, un problème récent. Parce qu'on peut remonter tout simplement aux agences de presse, qui sont dans le fond des immenses entreprises de presse. Quand je travaillais à *La Presse canadienne*, bien souvent, en économie ça m'arrivait très régulièrement, que parce que *La Presse* et le *Journal de Montréal* et *Le Devoir* savaient que j'allais couvrir l'assemblée d'actionnaire x ou y, peu importe l'entreprise, ils n'envoyaient aucun journaliste, et j'étais tout seul là. Parce qu'ils se fiaient sur moi, disons, mais parce que la *presse canadienne* était là. Et quand on est au *Journal*, c'est souvent le cas, quand on se dit la PC est là, on laisse faire la PC. Ce n'est pas de la mauvaise volonté, c'est que pendant que la PC est là, nous on travaille sur autre chose. Comme je te dis. ce n'est pas un problème qui est neuf en soi. La

réduction du nombre de source a commencé surtout avec les agences de presse. La contrepartie de ça, c'est que les agences de presse étant de grandes entreprises, ça te permet d'avoir de l'information que tu n'avais pas autrefois. Parce que t'es abonné à la PC, tu vas avoir des nouvelles de Vancouver ou de Winnipeg qui peuvent être importantes pour Montréal, ou tu vas avoir des nouvelles de ce qui se passe au Sri Lanka par l'AFP, ou par Reuters, ou par Associated Press. C'est agences là existent aussi pour ça. Ça a des avantages et des inconvénients. C'est que tu multiplies ta possibilité d'information, mais en même temps tu diminues le nombre de joueurs potentiels. Parce que même du côté des agences, il y en a de moins en moins qui réussissent à survivre pour toutes sorte de raison.

Il y a une augmentation des sources, mais le problème c'est d'augmenter le nombre de sources fiables. Si on regarde ce qui se passe du côté d'internet, on a l'impression d'être super informé sur internet. Mais quelles sont les sources fiables sur Internet. Ce sont les sources qui ont une image de marque, de fiabilité, ce sont les agences de presse et les grands quotidiens. C'est ça, les grands quotidiens, les grands médias en général, la radio, la télé aussi. Moins la radio, évidemment, mais plus la télé comme *CNN* ou *Radio-Canada*, qui ont des sites internet. Ce sont des sites fiables, parce qu'ils ont une image de marque déjà. On a l'impression d'avoir plus de sources d'information, alors qu'en réalité ce n'est pas vraiment le cas, parce que ce qu'ils font, c'est de prendre le matériel qu'ils ont déjà pour la télé ou la radio, et le transférer sur internet. Tu n'as pas plus d'informations.

5) Les médias de masse étant les propriétés de grandes entreprises de presse, lequel, entre l'intérêt public et l'intérêt privé de ces entreprises, est-il selon vous primordial dans l'exercice du travail journalistique?

C'est clair que c'est l'intérêt public et non l'intérêt privé. Ça, c'est évident. Dans la pratique, dans mon cas, moi c'est l'intérêt public qui est toujours déterminant. L'intérêt privé de l'entreprise, moi ça ne me regarde pas. Je suis un salarié, je suis payé pour être journaliste, je ne suis pas payé pour faire la promotion de l'entreprise. Je ne suis pas payé pour diffuser de l'information, ou recueillir de l'information, en fonction des intérêts de l'entreprise. Si ce que l'entreprise fait est d'intérêt public. je n'ai aucun problème avec ça. Mais. mon intérêt à moi

c'est l'intérêt public. Pour moi ce qui est déterminant c'est ça. Évidemment, on peut toujours se demander à partir de quoi on juge ce qui est d'intérêt public et ce qui ne l'est pas. Mais disons, ultimement, c'est une question qui est davantage consensuelle. On le sent, des fois c'est instinctif, des fois ça vient naturellement, des fois on le sait par expérience, on sait que tel événement est d'intérêt public, et puis qu'on doit le couvrir, qu'on doit être là, qu'on doit être présent, qu'on doit le rapporter. Et ça, je vais toujours le faire, sans égard à l'intérêt privé de mon entreprise. Même si ça peut causer des problèmes à mon entreprise, ce n'est pas de mon ressort d'en juger. S'il y a un événement important qui mérite d'être couvert, je vais aller le couvrir, sans égard aux intérêts de mon entreprise. Les seuls cas où ça va se produire, c'est s'il y a des menaces de poursuites. À ce moment là, il faut faire attention, parce que ça peut être extrêmement couteux. C'est toujours un petit peu aléatoire. Il arrive des fois qu'il y a des informations qui ne sont pas diffusées immédiatement, parce qu'elles peuvent ouvrir ou donner matière à des poursuites judiciaires qui peuvent être extrêmement coûteuses. Alors là on fait attention. C'est sur qu'il y a des cas comme ça où l'intérêt privé entre guillemets de l'entreprise, elle ne veut pas avoir une poursuite de 25 millions sur le dos, parce que telle information a été diffusée. Mais généralement, c'est des cas extrêmement rares, très litigieux, qui parfois vont davantage du chantage d'une des parties que d'autre chose. « Si vous publiez telle information, on va vous poursuivre ». Généralement, nous autres, si l'information est vérifiée, véridique, etc., on va la publier. C'est bien rare ces cas là, vraiment très, très exceptionnels.

Ce que la direction décide, ça ne relève pas des journalistes. Nous les journalistes, on couvre. Si la directrice de section décide qu'on couvre tel événement plutôt que tel autre, ultimement, quand t'es journaliste, si on te dit « tu vas couvrir ça », tu vas le couvrir. C'est ta job d'aller couvrir ça parce que cette personne là te dit d'aller couvrir ça. Mais la façon dont les cadres fonctionnent eux, ça c'est un autre débat qui ne relève pas de moi, sur le terrain. J'ai pas dit qu'ils n'intervenaient pas, mais mettons que le « front page » du *Journal de Montréal*, c'est la direction qui décide de ça, ce n'est pas les journalistes. Alors il faut faire une distinction entre le travail journalistique et les distinctions éditoriales qui sont prises par la direction. Au même titre que le « front » de *La Presse* ou la décision d'insister sur le gala excellence de *La Presse* qui a été diffusé à *Radio-Canada*, c'est sûr qu'à *La Presse* ils vont mettre un peu de

ressource là-dessus, ils vont faire de la promotion, ils vont mettre un journaliste pour couvrir ça. C'est la même chose chez *Quebecor*, c'est exactement la même affaire. La décision ultime de faire un « front » avec tel événement plutôt que tel autre, je ne sais pas moi, récemment il y avait un super événement, ça en était complètement ridicule, tous les journaux dans le monde, y compris nous, sauf le *24 heures* qui lui parlait de Star Académie ce lundi là. Le reste du monde s'était effondré, je ne me souviens plus de l'exemple concret. C'est dans le dernier numéro du *Trente*, je l'avais remarqué. Mais là, la décision de la direction, ce n'est pas les journalistes qui prennent cette décision là. C'est la direction qui décide de jouer tel événement plutôt que tel autre. Donner priorité à tel événement plutôt que tel autre, ce n'est pas les journalistes. C'est des anciens journalistes dans certains cas. Généralement, c'est des anciens journalistes, mais si eux autres décident que c'est ça qui est important ce jour là, c'est à eux-autres de décider. Je veux dire, c'est leur responsabilité, c'est leur droit de gérance. Ça ne veut pas dire qu'on est d'accord avec, mais moi on ne me fera pas écrire quelque chose auquel je ne crois pas. C'est la différence, si je couvre l'assemblée de *Quebecor* ou l'assemblée de *Power Corporation*, je couvre l'assemblée de *Quebecor* comme journaliste, je couvre l'assemblée de *Power Corporation* comme journaliste. Sans égard à ce que ce soit *Quebecor* ou *Power*, je vais relater les événements de la même façon, avec la même distance critique. Mais le lendemain matin, si l'entreprise de presse qui m'emploie, si le *Journal de Montréal*, décide de parler de *Quebecor* dans le « front page », c'est sa décision à lui. Mais ce n'est pas personne qui va me dire ce que je vais écrire. Et c'est la même chose avec *Power*, ce n'est pas parce que c'est *Power* et que c'est un concurrent que je vais, moi, écrire des choses qui sont négatives sur *Power*. Moi, je vais écrire ce qui se passe chez *Power*, point à la ligne. Alors, je vais essayer d'être le plus équitable, le plus honnête possible, sans égard aux intérêts privés de mon entreprise. Moi c'est l'intérêt public d'abord, je suis là pour informer les gens. Je ne suis pas là pour faire une job de promotion de mon entreprise, ou d'être utilisé par mon entreprise pour mousser ses propres produits filiales. Je ne suis pas là pour ça, ce n'est pas ma tâche à moi. Ils du monde pour faire ça, ils ont du monde qui font de la publicité, ils ont tout ce monde là. Alors qu'ils fassent leur job eux-autres, qu'ils gèrent leur démarche de leur façon, mais ça n'interfère pas dans mon travail journalistique.

6) De quelle façon la concentration de la presse a-t-elle influencé la diversité de l'information au Québec?

Comme je disais tantôt, on l'a abordé un peu, ça l'a influencé dans la mesure où ça a réduit le nombre de sources potentielles d'information. Et c'est un mouvement qui va s'accélérer. Je ne vois pas de réduction de ça à court terme, parce que je ne vois pas le nombre de stations de télé généraliste, TQS vient de fermer son service de nouvelles, ce qui fait que ça n'améliore pas la situation. Les généralistes sont en chute, parce que les stations spécialisées occupent de plus en plus de parts de marché, la tarte publicitaire est de plus en plus petite. C'est pour ça qu'il est important de continuer à financer *Radio-Canada*. En suite de ça, du côté des journaux, il n'y a pas non plus de grande croissance de ce côté-là. Il n'y a pas de croissance de revenu, le lectorat diminue. Pas autant que les prophètes de malheur le disent, mais il plafonne en tout cas, il n'augmente pas au rythme de la démographie. Il y a un certain plafonnement de ce côté-là. Ça se transfère vers internet, mais il n'y a pas de modèle d'affaire du côté d'internet encore qui est un modèle rentable. Pour faire de l'information, ça prend des entreprises qui ont des moyens. Des moyens, tu as travaillé dans un journal étudiant, mais je prendrais plutôt l'exemple d'un hebdomadaire qui n'a pas de moyens. Alors un hebdomadaire de quartier, je veux dire ça ne fait pas de grandes informations. Même la politique municipale, ils ont de la misère à faire de quoi avec ça, parce que les moyens sont trop serrés. Alors que les grandes entreprises de presse, comme *Quebecor*, ou comme *Power Corporation*, ou comme *Radio-Canada*, ou comme *TVA*, ces grandes entreprises là ont les moyens de faire du travail plus élaboré, je dirais, plus de fond sur des questions importantes, des questions d'intérêt public. Sauf qu'évidemment, à partir du moment où tu as cette concentration là qui fait que tu as une moins grande diversité, tu as plus de moyens dans chacune de ces entreprises parce qu'elles sont plus grosses, mais en même temps tu réduits le nombre de personnes qui vont être en mesure de rendre cette information là. Parce que c'est le problème que nous, nous vivons ici au *Journal de Montréal* et c'est une des raisons pour lesquelles il y a ce conflit là, c'est que ce n'est pas le nombre de journalistes qui va diminuer, c'est que chaque tâche de journaliste va être multipliée, va être accrue. Ça va venir à *La Presse* aussi, ils vont avoir le même problème, ils ont déjà ce problème là à *Radio-Canada* depuis qu'ils ont les canaux en continu. c'est la même chose à *LCN* aussi. c'est que les

journalistes maintenant, et puis je sais qu'à *Radio-Canada* c'est ce qui s'en vient aussi, ça va être un pool complet, toute l'information. C'est-à-dire que tu vas avoir autant de journalistes qu'avant, sauf que chaque journaliste, au lieu de faire quelque chose pour la télé, un autre quelque chose pour la radio, un autre que quelque chose pour internet, tout va être interchangeable et un journaliste va couvrir un événement et va le faire pour la télé, va le faire pour le canal de nouvelles continues, va ensuite de ça écrire pour internet, et donc ça va qu'avec le même pool de journaliste, tu vas avoir une tâche accrue pour chacun. Est-ce que ça va produire au bout du tuyau davantage d'information, ça je n'en suis pas convaincu, parce que ce que ça va faire, c'est que le nombre de journalistes, un, ne sera pas augmenté, et que ceux qui vont avoir cette tâche là vont courir comme des fous, vont avoir de moins en moins de recul critique par rapport aux événements, ne seront pas capable de faire de l'information de manière assez approfondie, ne seront pas capable de faire de travail d'enquête, vraisemblablement. Il y avait beaucoup de travail d'enquête, par exemple, qui se faisait autrefois à la *Gazette*, ils avaient une équipe d'enquête qui faisait ça. Maintenant c'est presque complètement disparu, parce ça réduit de plus en plus. Pourtant, ils font partie d'un immense groupe de presse, la *Gazette : Canwest*. Pourtant, ils sont sur le bord de la faillite. La concentration, disons que ça donne plus de moyens d'un côté, mais en même temps avec le multi tâches, ça fait qu'on a de moins en moins de temps pour couvrir les événements.

7) Les transformations technologiques qui ont marqué le XX^e siècle dans le domaine de la communication ont fait grandement évoluer les façons dont les journalistes exercent leur métier, accélérant considérablement les délais selon lesquels cet exercice est effectué. Quels impacts ce phénomène a-t-il sur le travail journalistique?

C'est un peu ce que je viens de te raconter, je répondais à cette question là. On est pris à écrire de plus en plus vite, écrire, produire des reportages télé, etc., peu importe. On travaille de plus en plus sous pression, de plus en plus rapidement, donc ça fait en sorte que t'as moins le temps de creuser, t'as moins le temps de faire des enquêtes. Il y en a toujours qui vont continuer à faire des enquêtes, mais ça va être vraiment des cas plus marginaux. On va y consacrer moins de temps qu'autrefois. C'est sûr que la contrepartie de ça, c'est que, aujourd'hui. quand tu travailles juste. par exemple. pour un quotidien. tu peux couvrir deux

ou trois événements dans ta journée. Après ça, dans le nouveau modèle d'affaires, tu vas en couvrir juste un, mais tu vas couvrir une affaire pour huit sources, pour trois ou quatre sources différentes. Pas huit sources, mais disons trois ou quatre plates-formes différentes. Sauf que ça veut dire que l'événement que tu vas couvrir, ça va aller tellement rapidement que tu n'auras pas le temps vraiment d'élaborer. D'ailleurs, tu le vois sur les canaux continus et tu le vois sur internet aussi : le nombre d'erreurs qui se commettent. C'est incroyable la quantité d'erreurs qui sont commises à cause de l'accélération. C'est toujours qui va être le premier à sortir la nouvelle, tout le monde court. Tu vérifies parfois de manière approximative parce que ton chef de pupitre ou ton réalisateur te demande d'avoir un texte tout de suite. Là, tu prends des raccourcis, tu n'as pas le temps de tout vérifier rapidement. Bon, ça donne le résultat que ça donne. Ça donne parfois des reportages un peu bâclés, un peu trop rapides, où il manque des éléments, où tu n'as pas le temps de faire le tour de la question. De toute façon, tout se bouscule et puis l'heure d'après c'est autre chose, et c'est un autre reporter qui arrive avec une autre nouvelle qui bouscule la précédente, etc. Alors, les changements technologiques ont ce désagréable impact là, d'accélérer le mouvement. Mais en accélérant le mouvement, tout devient obsolète rapidement. Et quand c'est devenu obsolète et que ce n'est plus important, il n'y plus personne qui s'y intéresse. Et pourtant, il ya bien des choses qui ne devraient pas être obsolètes si rapidement et auxquelles il faudrait s'y intéresser de manière plus substantielle. Alors, un ouragan va repousser une famine et une famine va repousser un tremblement de terre. Là je parle des faits divers, mais ça va être la même chose en politique. Ça va être quelque chose qui va être bien « hot » une journée, le lendemain va être rendu en page A8 et le surlendemain on en parlera plus. On passe à autre chose. Le temps qu'on peut consacrer pour fouiller, sortir des nouvelles, va être de plus en plus mince, parce qu'on n'aura pas assez de temps pour le faire, parce qu'on court d'une place à l'autre.

8) Les évolutions technologiques le permettant, nous assistons régulièrement à l'éclosion de nouvelles plates-formes médiatiques, telles que les réseaux d'information continue ou l'internet. Quels impacts cette multiplication des plates-formes médiatiques a-t-elle sur le journalisme contemporain?

J'y ai un peu répondu. En gros, je t'ai répondu à cet aspect là. C'est sur que la multiplication des plates-formes a un effet de dilution de l'information et d'accélération de l'information qui fait en sorte que l'intérêt autour d'un événement qui peut être important devient rapidement bousculé par un autre événement, par un autre événement. Parce qu'effectivement, la multiplication des plates-formes fait en sorte que des « feeds » viennent un petit peu de partout en même temps. Alors qu'avant, c'était relativement simple, entre guillemets. T'avais des quotidiens qui publiaient le jour, le matin ou le soir ça dépendait des cas. T'avais la télé qui avait un bulletin de nouvelles et t'avais la radio qui avait les nouvelles à l'heure. C'est un modèle, sur le plan de l'information, qui fonctionnait quand même relativement bien, parce que tout était relativement bien découpé, bien segmenté. Mais là maintenant, tout fonctionne en accéléré, même dans chacune de ces plates-formes là. Que ce soit la télé avec les nouvelles en continu, même la radio maintenant a des stations de nouvelles en continu. Alors soit que t'as des stations avec des nouvelles en continu, soit t'as des stations qui n'ont plus de nouvelles du tout. T'as les deux aspects, tu n'as pas plus vraiment de stations, mais t'en as qui se spécialisent davantage. Tu peux passer une journée, même si t'as une multiplicité de plates-formes, si tu veux ne pas être informé, il y a moyen de ne plus être informé en regardant la télé et en écoutant la radio. Tu peux passer la journée dans ton auto et ne pas entendre une seule nouvelle de la journée. Et en même temps, tu peux passer la journée à n'écouter que des nouvelles. Mais qu'est qu'à la fin de la journée tu vas avoir retenu, ça c'est une autre paire de manches. La multiplicité des plates-formes fait que, comme je disais, tout se bouscule, ça oblige les journalistes à travailler trop vite, ne pas creuser, et ça fait aussi en sorte que les gens ont l'impression d'être très informé, ce qui explique selon moi en partie que le lectorat des journaux diminue, parce que ça exige un effort. Quand tu veux lire un journal le matin, il faut que tu prennes le temps de le faire. C'est plus simple d'ouvrir la radio et d'écouter le bulletin de nouvelles de 8h00, qui va durer 10 minutes, et tu vas savoir à peu près ce qui s'est passé en gros dans le monde en 10 minutes. Mais lire le quotidien.

t'intéresser, lire les pages forum, lire un travail d'enquête, que ce soit fait par *La Presse*, ou nos amis du *Devoir*. Écouter une émission d'affaires publiques à *Radio-Canada*, une émission comme Enquête avec Alain Gravel, ça prend du temps. Les gens ne prennent plus ce temps là, ils ont l'impression d'être informés parce qu'ils sont bombardés d'information de toutes sources. Mais est-ce qu'ils sont plus intelligents? Est-ce qu'ils sont plus en mesure de juger des événements, d'exercer un regard critique sur des rapports sociaux? Ça, je n'en suis pas convaincu. Moi, je ne me sens pas plus informé maintenant que je l'étais il y a quinze ou vingt ans quand internet n'existait pas. Je ne suis pas mieux informé dans le sens où je n'ai pas d'informations qui me donnent une meilleure compréhension du monde qu'autrefois. J'ai plus d'informations qui me viennent de partout dans le monde. Je sais un peu plus ce qui se passe en Inde et au Pakistan, mais est-ce que je suis plus en mesure de juger du conflit israélo palestinien maintenant que je pouvais le faire il y a quinze, vingt ou vingt-cinq ans? Je ne suis pas convaincu que l'on est capable de plus faire ça. À moins que tu décides de lire *Le Monde* systématiquement, ou de lire le *Courrier international*, ou le *Boston Globe*, ou le *Washington Post*. Tu t'attardes et tu prends le temps de les lire comme il le faut, ou t'écoutes un excellent reportage ou documentaire qui aurait pu être fait à *Radio-Canada* ou à la *BBC*. Ce qui demande un effort, dans ça prend des moyens financiers, ça demande du temps. Mais comme t'as l'impression d'être informé, tu ne fais plus cet effort là, ce qui est un peu regrettable à mon avis, ce que je constate. Et ça fait en sorte que les gens « surfent » sur l'information et « surfent » sur les décisions des politiciens. Il y a plus d'absentéisme, les gens s'intéressent pas à la chose publique, s'y intéressent moins, disons. Ils portent des jugements qui sont très rapides sur des impressions, sans avoir enquêté, sans avoir été au fond des choses, sans savoir vraiment ce qui s'est passé, parce qu'ils n'ont pas pris le temps d'y aller. Ils ont eu l'impression que. Moi ce que je trouve dommage, et ça se voit autant dans les quotidiens qu'aux informations télévisées, c'est qu'on est davantage maintenant dans le commentaire, la rumeur, qu'on est dans l'information. Tu regardes aujourd'hui, juste à prendre ce matin à Québec, il y avait Henri-Paul Rousseau, ancien président de la caisse de dépôt et de placement qui était là, qui parlait. Je n'ai pas suivi parce que j'étais en réunion mais je sais comment ça s'est passé. Dès que je regardais *Radio-Canada* ou *TVA*, ce que j'avais devant moi ce n'était plus Henri-Paul Rousseau qui parlait, c'était des commentateurs qui analysaient ce que Henri-Paul Rousseau disait. Mais ce que lui disait, qui était le fond de

l'histoire, ça ne veut pas dire qu'il a raison, ça ne veut pas dire qu'il ne faut pas être critique par rapport à ce qu'il raconte, mais il faut d'abord écouter ce qu'il a à dire avant de commencer à commenter. Commenter en direct à mesure. Qu'il y ait une émission, que quelqu'un parle pendant une heure et qu'après il y ait des commentateurs qui disent « on peut retenir de ses propos ceci, cela ». Ok, j'ai entendu avant ce qu'il dit et là j'ai un point de vue critique d'analystes spécialisés. Mais quand les analystes, qui ne sont pas nécessairement toujours spécialisés à mon avis, quand je regarde aller, ça dépend de où et de qui. Mais quand les analystes se mettent à commenter sur des impressions, des approximations, des « peut-être bien que », et « il a dit ça » mais oups, ont vient de manquer un bout de l'explication parce qu'ils ont arrêté l'émission pour passer un commentateur. Je trouve qu'il y a un méchant problème, un méchant problème d'information.

Je n'ai rien contre le commentaire, moi-même je suis chroniqueur. Ils sont importants les chroniqueurs, pas parce que je me trouve important. Il y a une fonction critique dans le journalisme qui existe, qui est généralement le cas de gens expérimentés, qui sont là depuis longtemps, qui ont couvert les événements depuis longtemps, qui savent de quoi ils parlent et tu peux faire appel à des spécialistes aussi, c'est tout à fait légitime. Pour voir derrière l'événement, ils ont un rôle, mais ce rôle là, maintenant, à mon humble avis, est devenu trop important. Ça occupe l'espace médiatique. Si on regarde *La Presse*, il y a autant de chroniqueurs que de journalistes dans *La Presse*. Et ce n'est pas juste le cas de *La Presse*, tu ouvres le *Journal de Montréal*, c'est la même affaire. Depuis quelques années, tu as cette tendance là. Avant, t'avais quelques chroniqueurs au *Journal de Montréal*, des gens d'expérience. Il y a eu René Lévesque qui a été chroniqueur. Mais je parle dans les années. Jean-Ovide Dufresne, qui était un journaliste qui avait trente ou quarante ans d'expérience. T'en avais deux ou trois chroniqueurs qui chroniquaient, mais là, je veux dire, tu ouvres n'importe quel journal, n'importe quel quotidien, t'ouvres un poste même de nouvelles continues, et tu te retrouves avec du monde qui commente tout, des fois sur des approximations, des demi-vérités, des « je pense que ». Comme je dis, je n'ai rien contre ça en soi, mais ça ne doit pas prendre la place de l'information de base, qui te permet de comprendre le monde. Et à partir du moment où tu es informé, tu es capable de juger. Tu peux avoir des gens qui ont un recul critique, comme les éditorialistes, ça c'est différent mais.

qui te donnent leur point de vue, mais ce point de vue là ne doit pas remplacer l'information de base.

On nous demande parfois de chroniquer... Il y a des sujets, moi je refuse dans ce temps là, il y a des sujets où je ne suis pas prêt à faire une chronique dessus. Parce que je n'ai pas toute l'information pour le faire, je ne peux pas le faire tout de suite. Peut-être demain, il faut que j'aie le temps de fouiller, je ne peux pas le faire, dans ce temps là je ne le fais pas. Je veux dire, ça attendra 24 heures, mais dans 24 heures ça risque d'être plus intelligent que ce que je peux écrire là, parce que l'événement est trop frais, ou je ne connais pas ça. Mais si je ne connais pas ça, je n'en parlerai pas, je ne chroniquerai pas. Mais il peut y avoir des événements où j'ai besoin d'un minimum de recul critique avant de faire une chronique dessus. Je ne parle pas d'un événement où je suis journaliste, parce que moi j'ai les deux rôles, je fais du journalisme d'un côté et je chronique de l'autre, mais je fais surtout du journalisme. Ça, l'événement se passe, je le fais, l'information je la fais. Mais avant de me mettre à chroniquer, il faut que je maîtrise bien le sujet, moi je ne chronique que sur les sujets que je maîtrise. Les autres, je les laisse aux autres.

9) Dans quelle mesure le Conseil de Presse du Québec, le Bureau fédéral de la concurrence ou le CRTC ont-ils un effet sur l'exercice du travail journalistique?

Le bureau de la concurrence ça n'a pas grand effet, dans le sens où ça a surtout un impact sur les acquisitions d'entreprises. C'est plus si une entreprise de presse achète toute une série de quotidiens. Mais ce n'est souvent plus le bureau de la concurrence qui va jouer là-dedans. Ça va être plus le CRTC quand c'est la télévision ou la radio. Dans le cas des journaux, le conseil de presse n'a absolument aucune influence sur quoi que ce soit. Le conseil de presse, c'est un tribunal d'honneur entre guillemets, qui n'a pas de dents, qui n'a pas aucun pouvoir de sanction, parce qu'il n'existe pas de corporation journalistique. Il existe la Fédération professionnelle, il y a toujours eu un débat au sein de cette fédération là. Je remonte à il y a trente ans, quand j'ai commencé en journalisme, ce débat existait. Est-ce qu'on doit être une corporation avec une accréditation, où tu reconnais qui est journaliste et qui ne l'est pas, parce que tu as suivi tels cours. un peu comme un ordre professionnel, que ce soit les

médecins, les infirmières, les avocats, le barreau. Alors, il y a toujours eu un débat entre ces deux points de vue là. Et à travers ça, le conseil de presse est strictement un tribunal d'honneur, qui est financé par certaines entreprises de presse, un peu par l'État, tout ça. Il n'a qu'un pouvoir moral, mais pouvoir moral de rien, parce que le conseil de presse publie une décision à la suite d'une plainte, au moins il y a ça, quelqu'un qui n'est pas content peut au moins aller se plaindre, et la plainte en question, si le journaliste a mal fait son travail, ça ne veut pas dire qu'il va avoir quelque sanction que ce soit. Il n'y a pas de sanctions reliées à ça. Les seules sanctions qui existent, ce sont les sanctions au niveau juridique. C'est-à-dire, si tu écris un texte, tu peux être poursuivi pour diffamation. Il y a différents types de poursuites. Effectivement, il n'y a que les tribunaux qui ont un pouvoir de sanction sur le travail journalistique. Le CRTC, ce n'est pas tellement un pouvoir de sanction sur le travail journalistique. Le CRTC, lui, c'est plus un pouvoir de sanction sur les conditions de licence. Alors, ta condition de licence exige-t-elle que tu diffuses autant de minutes d'information dans une journée, etc.? On l'a vue dans le débat avec TQS. Alors, ça n'a pas beaucoup d'influence, dans les cas vraiment extrêmes ça en a eu. Je pense au cas de Jeff Fillion à Québec et là le CRTC est intervenu et a retiré une licence, si ma mémoire est bonne, il faudrait que je vérifie cet aspect là, je ne suis pas sûr. Si ma mémoire est bonne, ils ont retiré leur licence ou en tout cas l'ont tellement modifiées, tellement modifié les conditions parce qu'ils étaient débordés de plaintes. Mais ça c'est des cas extrêmes, tu ne peux pas faire de la jurisprudence avec des cas de même. Moi je pense qu'il n'existe pas vraiment, hors les tribunaux. Les journalistes sont tenus de se conformer aux règles normales des tribunaux qui s'appliquent à tous les citoyens avec tous les avantages et les inconvénients que ça comporte. Il y a justement un débat présentement sur la protection des sources, qui est essentielle et qui est vraiment très importante. Là, on est au cœur de ce débat là avec l'histoire de Daniel Leblanc et des commandites. C'est lui le journaliste du *Globe and Mail* qui a sorti l'histoire des commandites, et là on veut l'obliger à dévoiler sa source principale et il refuse. Moi j'irai en prison avec lui s'il le faut, mais jamais il ne faut permettre ça. Il ne faut pas qu'un tribunal l'oblige à faire ça et il va aller en prison si c'est la décision du tribunal. Si la source veut se révéler, il n'y a pas de problème. Si la source ne veut pas se révéler, tu es obligé de la protéger, sinon tu remets en question toute la légitimité de l'exercice du métier de journaliste. Tu ne peux pas rien faire sans sources. ce qui ne veut pas dire tu ne fonctionnes qu'avec des

sources. Mais si tu ne protèges pas tes sources, tu ne peux plus faire de travail journalistique conséquent, parce que les gens vont se méfier de toi. Tu n'es pas la police, tu n'es pas un délateur. Tu es là pour révéler des choses, faire apparaître des choses qui n'apparaissent pas naturellement ou qu'on veut éviter de voir apparaître. Alors, il faut que tu protèges tes sources, c'est une condition sine qua non d'exercice de ce métier là.

10) Que doit-être, selon vous, le rôle du journalisme en 2009?

C'est un rôle « basic » d'information et de permettre aux gens de prendre les décisions, au niveau de l'organisation sociale, les plus éclairées possible. Quand je parle d'organisation sociale, c'est évidemment l'exercice des droits démocratiques, d'aller voter et de choisir leur gouvernement, de l'élire, etc. Mais c'est aussi de faire des choix éclairés quand tu vas au cinéma, quand tu vas au théâtre. C'est vrai dans le champ culturel, c'est vrai pour regarder les émissions de télé. Le rôle des journalistes, c'est essentiellement d'essayer de faire en sorte que les gens puissent prendre des décisions éclairées qui influent sur leur vie publique à eux. Des fois leurs vies privées, ça peut à l'occasion, mais surtout leur vie publique, l'exercice de leurs droits démocratiques. En gros c'est ça, c'est déjà beaucoup. C'est déjà un gros mandat, juste de prendre des décisions éclairées. Faut-il être en Afghanistan ou ne pas y être? Ce n'est déjà pas évident de trancher ce débat là. En tout cas, c'est tout ça. C'est à la fois très simple comme réponse, mais c'est à la fois très complexe à gérer.

11) Dans le contexte médiatique actuel, le journalisme est-il exercé en accord avec ce rôle?

Je pense que dans la plupart des cas, oui. Comme je dis, il y a toutes les contraintes des nouvelles plates-formes qui font en sorte que tout ça s'accélère et qui font en sorte que c'est de plus en plus difficile d'exercer ce métier là. Mais pour ceux qui essaient de le faire le plus consciencieusement possible, je dirais que de manière générale, oui. Si je regarde autour de moi les gens avec qui je travaille ici, ce sont des gens hyper consciencieux qui ne pensent qu'à une chose, à l'intérêt public et c'est leur seule motivation. Il n'y a pas d'autres motivations. Même les gens vont se pénaliser individuellement. dans le sens où prendre du

temps où ils ne seraient pas payés pour continuer à essayer de faire leur métier comme il le faut. Et ça c'est vrai pas juste parce qu'on est en lock-out, mais c'est vrai quand on est au journal. Les gens travaillent beaucoup plus d'heures que ce qui est prévu dans la convention. Ils vont travailler des « week-ends », ils vont toujours avoir leur « cell » ouvert, vont toujours être prêt à aller chercher de l'information quand c'est nécessaire, parce qu'ils croient, pas qu'ils ont une mission, je n'irais pas jusqu'à ce terme là, mais parce qu'ils croient en ce qu'ils font. Comme un médecin croit que son rôle c'est de sauver du monde, de sauver des patients. Je ne dis pas que l'on sauve des vies, nous autres, mais c'est un peu la même motivation. Ou un avocat qui pense qu'il doit sauver la personne qu'il défend. Je pense que les journalistes, comme dans tous les autres métiers, le principe c'est de faire ton métier comme il faut pour te regarder dans le miroir le matin et être satisfait de ce que t'as fait dans ta journée. C'est vrai pour un plombier, un électricien, c'est vrai pour un journaliste. Tu essaies de le faire le plus adéquatement possible, malgré toutes les contraintes qui existent, les contraintes d'entreprise, les contraintes de plate-forme, les contraintes syndicales, parfois, les contraintes de toute nature. Tu essaies juste de faire ton métier comme il faut. Comme je dis, si j'avais été ingénieur, j'aurais eu la même attitude. Je ne veux pas que les ponts s'effondrent, alors je fais mon métier le mieux possible.

BIBLIOGRAPHIE

Livres

- Bonneville, Luc, et. al. *Introduction aux méthodes de recherche en communication*, Montréal : Gaétan Morin, 2006, p. 178
- Chollet, Mona. *La tyrannie de la réalité*, Paris : Calmann-Lévy, 2004, 362 p.
- Desanti, Jean-Toussaint. *Voir ensemble*, Paris : Gallimard, 2003, 294 p.
- Gingras, Anne-Marie. *Médias et démocratie, le grand malentendu*, St-Foy : Presses de l'Université du Québec, 2006, 287 p.
- Grawitz, Madeleine. *Méthode des sciences sociales, septième édition*, Paris : Précis Dalloz, 1986, p. 718
- Haber, Stéphane. *Jürgen Habermas, une introduction, au cœur de la pensée de Jürgen Habermas*, Paris : Pocket, 2001, 360 p.
- Habermas, Jürgen. *L'espace public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Fayot, 1978, 324 p.
- Habermas, Jürgen. *Morale et communication. Conscience morale et activité communicationnelle*, Paris : Cerf, 1991, 212 p.
- Le Bon, Gustave. *Psychologie des foules*, Paris : Quadrige/PUF, 2003, 132 p.
- McChesney, Robert. *Propagandes, médias et démocratie*, Montréal : Éditions Écosociété, 2000, p. 101
- Missika, Jean-Louis, et Dominique Wolton, *La folle du logis : la télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris : Gallimard, 1983, 338 p.
- Pierron, Jean-Philippe. *Le passage du témoin, une philosophie du témoignage*, Paris : Éditions du Cerf, 2006, 306 p.
- Proulx, Serge, et Philippe Breton. *L'explosion de la communication, La naissance d'une nouvelle idéologie*, Montréal : Éditions du Boréal, 1994, 390 p.
- Quéré, Louis. *Des miroirs équivoques*, Paris : Aubier-Montaigne, 1982, 214 p.
- Poupart, Jean, et. al. *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal : Gaétan Morin, 1997, p. 181

- Proulx, Serge, et Philippe Breton. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, Montréal : Éditions du Boréal, 2006, 389 p.
- Raboy, Marc. *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e édition, Montréal : Gaétan Morin éditeur, 2000, p.81
- Ramonet, Ignacio. *La tyrannie des communications*, Paris : Édition Gallimard, 2001, 290 p.
- Sellitz, Claire. et al. *Les méthodes de recherche en sciences sociales*, Montréal : Les Éditions HRW, 1977, p. 311
- Sloterdijk, Peter. et Alain Finkielkraut, *Les battements du monde*, Paris : Pauvert, 2003, 246 p.
- Wolton, Dominique. *Penser la communication*, Paris : Flammarion, 1997, p. 143

Chapitre de livres

- Froissart, Pascal. « Penser les médias sans notion de masse », *Émergence et continuité dans les recherches en information et communication*, Paris : Société française des sciences de l'information et de la communication, 2001, 395 p.
- Habermas, Jürgen. « Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy and Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research », in *Communication theory*, Publié en ligne, Volume 16 Issue 4, 6 novembre 2006, p. 411 - 426
- Mondzain, Marie José. « La représentation comme bataille et comme liberté », in *Print the Legend. Cinéma et journalisme*, Cahiers du cinéma/Festival international du film de Locarno, 2004, p. 37 - 43
- Nadeau, Richard. et Frédéric Bastien, « La communication électorale », *La communication politique, État des savoirs, enjeux et perspectives*, Ste-Foy : Presses de l'Université du Québec 2003, p. 159 - 187
- Pritchard, David « Press Councils as Mechanisms of Media Self-Regulation », dans Jacques Zylberberg et François Demers (sous la dir.), *L'Amérique et les Amériques/America and the Americas*, Ste-Foy, Presses de l'Université Laval, 1992, p. 99 - 116

Articles scientifiques

Théorêt, Yves. « La concentration et la propriété mixte des entreprises culturelles et des médias d'information au Canada », *Communication*, vol 21, no2, printemps 2002, p. 113 - 135

Articles - Coupures de presse

Cauchon, Paul. « TQS survivra, à certaines conditions », *Le Devoir*, 27 juin 2008, p. A3

Mahood, Casey. « Press Ownership : Feds reconsider after 20 years : Who's fit to print the news? », *The Globe and Mail*, 4 mai 2000, p. B16

Articles – Centre de recherche

Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec, Université Laval, février 2001, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

Centre d'étude sur les médias, *La concentration à l'ère de la « convergence »*, Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec, Université Laval, février 2001, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>

Centre d'étude sur les médias, *PowerCorp*, http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/POWER.html

Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/ConcentrationQuotidiens.pdf>

Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la radio au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationradio.pdf>

Centre d'étude sur les médias, *Portrait de la propriété dans le secteur de la télévision au Québec et au Canada*, <http://www.cem.ulaval.ca/Concentrationtele.pdf>

Rapports gouvernementaux

Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, juin 2006,
<http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

Loi sur la radiodiffusion dans Comité sénatorial permanent des transports et des communications, Rapport final sur les médias d'information canadiens, juin 2006,
<http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-f/TRAN-F/ref/repfinjun06vol1-f.htm>

Sénat du Canada, Comité spécial sur les médias de masse, vol. 1, *Le miroir équivoque*, Ottawa : Imprimeur de la Reine, 1970, 295 p.

Publication gouvernementale

Morin, Robert A. *Lettre : Modification de la propriété - TQS inc. Demande 2008-1135-8 - Approuvée*, 27 août 2008, <http://crtc.gc.ca/fra/archive/2008/lb080827.htm>

Jackson Joseph, « La propriété des journaux au Canada : aperçu des études du comité Davey et de la Commission Kent », Division des affaires politiques et sociales, 17 décembre 1999, <http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/BP/prb9935-f.htm>

Dictionnaires

Dictionnaire de la Sociologie, Paris : Encyclopæia Universalis : Albin Michel, 2007, p. 511

Le Robert Quotidien, Paris : Dictionnaires Le Robert, 2004, 2949 p.